



การศึกษาความเข้าใจในการชำระภาษีของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง  
วิทยาลัยผู้นำและนวัตกรรมสังคม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต  
ปีการศึกษา 2568



**A STUDY OF ONLINE BUSINESS OPERATORS' UNDERSTANDING OF  
TAX PAYMENT IN PHETCHABUN PROVINCE**

**BY  
NAPASORN POOINOY**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENTS FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF ARTS IN LEADERSHIP  
IN SOCIETY, BUSINESS AND POLITICS  
COLLEGE OF LEADERSHIP AND SOCIAL INNOVATION**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY**

**ACADEMIC YEAR 2025**

วิทยานิพนธ์เรื่อง

การศึกษาความเข้าใจในการชำระภาษีของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์

โดย

นกสร ภูอินอ้อย

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2568

ผศ.ดร.กรณ์ กังสดารพร  
ประธานกรรมการสอบ

ผศ.ดร.ชุลีรัตน์ เจริญพร  
กรรมการ

ดร.รัชกร ธิติลักษณ์  
กรรมการ

รศ.ร.ต.อ.ดร.จอมเดช ตริเมฆ  
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ศ.ดร.สื้อจิตต์ เพ็ชรประสาน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

25 มิถุนายน 2568

Thesis entitled

**A STUDY OF ONLINE BUSINESS OPERATORS' UNDERSTANDING OF TAX  
PAYMENT IN PHETCHABUN PROVINCE**

by

NAPASORN POOINOY

was submitted in partial fulfillment of the requirements  
for the degree of Master of Arts in Leadership in Society, Business and Politics

Rangsit University  
Academic Year 2025

---

Asst.Prof.Korn Kangsadanporn, Ph.D.  
Examination Committee Chairperson

Asst.Prof.Chuleerat Charoenporn, Ph.D.  
Member

---

Dhachakorn Thitiluck, Ph.D.  
Member

Assoc.Prof. Pol.Capt.Jomdet Trimek, Ph.D.  
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Prof.Suejit Pechprasarn, Ph.D.)

Dean of Graduate School

June 25, 2025

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้เป็นอย่างดีเนื่องมาจากได้รับความอนุเคราะห์จาก รศ.ร.ต.อ.ดร.จอมเดช ตรีเมฆ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้ความเอาใจใส่ช่วยเหลือ และคอยให้คำปรึกษา แนะนำเป็นอย่างดีมาโดยตลอด

นภสร ภูอินอ้อย  
ผู้วิจัย



6510395 : นกสร ภูอินอ้อย  
 ชื่อวิทยานิพนธ์ : การศึกษาความเข้าใจในการชำระภาษีของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์  
 ในจังหวัดเพชรบูรณ์  
 หลักสูตร : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง  
 อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ.ร.ต.อ.ดร.จอมเดช ศรีเมฆ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความเข้าใจของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์เกี่ยวกับการชำระภาษี ปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัด เพชรบูรณ์เกี่ยวกับการชำระภาษี และศึกษาแนวทางการทำความเข้าใจที่ถูกต้องเหมาะสมในการ ชำระภาษีของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ ผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ 15 ท่าน กรมสรรพสามิต 2 ท่าน สรรพากร 2 ท่าน นักการเมือง 1 ท่าน รวมเป็น 20 ท่าน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์จะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการ ชำระภาษี แต่ก็พบว่ายังพบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการรวมทั้งต้องการความช่วยเหลือ จากทางราชการในการดำเนินการดังกล่าวให้ถูกต้อง ประกอบกับในผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูง จะมีแนวโน้มที่มีระดับแนวทางการทำความเข้าใจที่ถูกต้องเหมาะสมในการชำระภาษีของ ผู้ประกอบการ นอกจากนี้คือผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลไม้แปรรูปจะประสบปัญหาและต้องการ ให้ชี้แนะแนวทางในการดำเนินงานที่ถูกต้องมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ดังนั้นในการจัดอบรมให้ความรู้ควร แบ่งตามกลุ่มผู้ประกอบการ โดยเน้นผู้ที่จบการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นหลัก (วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 161 หน้า)

คำสำคัญ: ผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์, การชำระภาษี, ความรู้ความเข้าใจ

6510395 : Napasorn Pooinooy  
 Thesis Title : A Study of Online Business Operators' Understanding of Tax Payment in Phetchabun Province  
 Program : Master of Arts in Leadership in Society, Business and Politics  
 Thesis Advisor : Assoc.Prof.Pol.Capt.Jomdet Trimek, Ph.D.

### Abstract

This research aimed to study the understanding of online business operators in Phetchabun Province regarding tax payment, the problems and obstacles of online business operators in Phetchabun Province regarding tax payment, and to study the correct and appropriate understanding of tax payment by online business operators in Phetchabun Province. This was done through interviews with 15 key informants, 2 from the Excise Department, 2 from the Revenue Department, and 1 from a politician, totaling 20 people. The results of the study found that online business operators had knowledge and understanding of tax payment, but still encountered problems and obstacles in implementing the process, and they needed assistance from the government to implement the process correctly. In addition, entrepreneurs with higher education tended to have a higher level of understanding and appropriate understanding of tax payment. In addition, entrepreneurs who sell processed fruits had more problems and needed more guidance on how to operate the process than other groups. Therefore, organizing training to provide knowledge should be divided by entrepreneur groups, focusing mainly on those who graduated below a bachelor's degree.

(Total 161 pages)

Keywords: Online Business Operators, Tax Payment, Knowledge and Understanding

Student's Signature ..... Thesis Advisor's Signature .....

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญรูป	ช
<b>บทที่ 1</b>	
<b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	8
1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน	9
1.4 นิยามศัพท์	10
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
<b>บทที่ 2</b>	
<b>ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง / ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>11</b>
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	11
2.2 แนวคิดการธุรกิจออนไลน์	21
2.3 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory)	25
2.4 แนวคิดทฤษฎีโครงสร้างพื้นฐานของการค้าออนไลน์ (E-commerce Infrastructure Theory)	32
2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าออนไลน์	38
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี	52
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	54
<b>บทที่ 3</b>	
<b>ระเบียบวิธีการวิจัย</b>	<b>58</b>
3.1 รูปแบบการดำเนินการวิจัย	58
3.2 ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ	59

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	60
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	61
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	61
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	62
3.7 การนำเสนอข้อมูล	62
<b>บทที่ 4</b>	<b>64</b>
ผลการวิจัย	64
4.1 ความเข้าใจของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์	64
4.2 ปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์	71
4.3 ข้อเสนอแนะต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์	78
<b>บทที่ 5</b>	<b>83</b>
อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	83
5.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาความเข้าใจของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์เกี่ยวกับการชำระภาษี	83
5.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์เกี่ยวกับการชำระภาษี	88
5.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการทำความเข้าใจที่ถูกต้องเหมาะสมในการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์	89
5.4 ข้อเสนอแนะ	90
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>95</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>101</b>
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	102
ภาคผนวก ข กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าออนไลน์	146

สารบัญ (ต่อ)

ประวัติผู้วิจัย

หน้า

161





## บทที่ 1

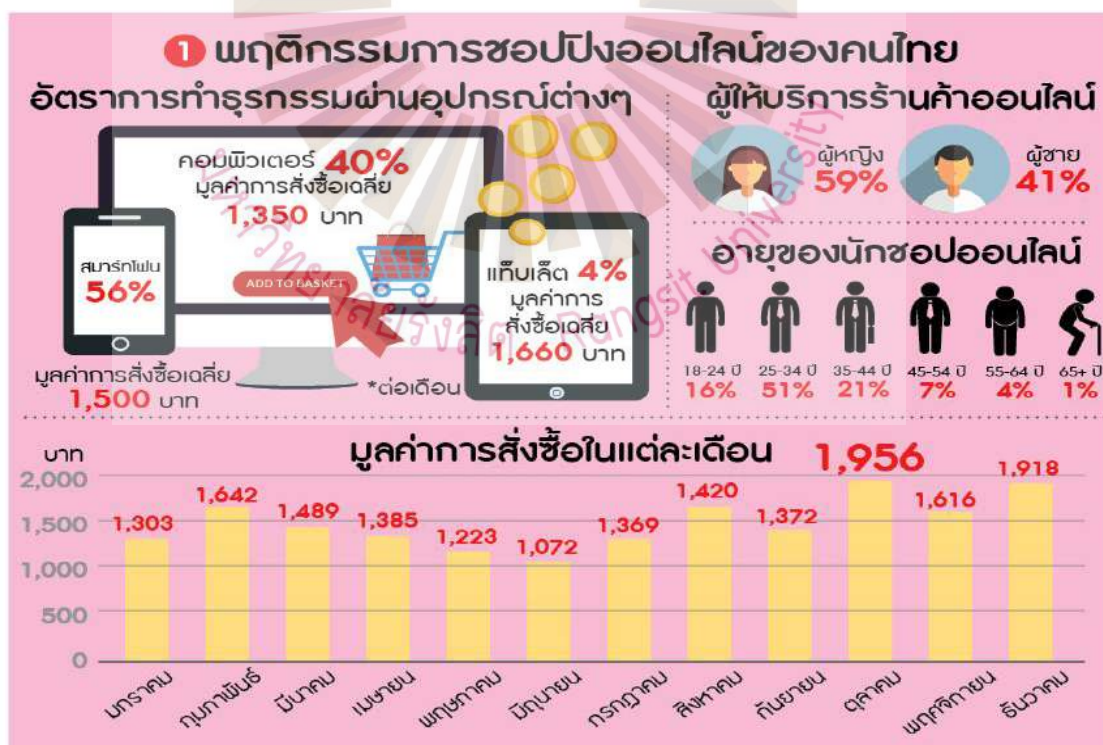
### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในทุกๆด้าน ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี อันเนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ อีกทั้งการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจการเมืองโลก แต่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งปัญหาภาวะในอากาศ ปัญหาฝุ่นควัน มลภาวะทางน้ำ ตลอดจนการแพร่กระจายของเชื้อโรคต่าง ๆ อย่างรวดเร็วขึ้น จนทำให้เกิดโรคอุบัติใหม่ขึ้นอย่างเช่น เชื้อไวรัสโควิด 19 (Covid-19) ทำให้การออกไปซื้อสินค้าบริการด้วยตนเองลดน้อยลง เพราะกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยต่อสุขภาพ ทำให้ในช่วงที่ผ่านมา ธุรกิจ e-Commerce ได้เข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระบบเศรษฐกิจยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก โดยการใช้สื่อในการเป็นพื้นที่ขายสินค้าทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้สะดวก อีกทั้งการขายสินค้าออนไลน์ยังมีต้นทุนที่ต่ำเนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีสำนักงานที่ตั้ง ไม่ต้องมีพนักงาน ขายสินค้าได้ทุกเวลา

การขายสินค้าในธุรกิจ e-Commerce มีการพัฒนาโดยผู้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่องจาก Social Media ไม่ว่าจะเป็น Facebook หรือ Google หรือ Line หรือ Instagram ซึ่งอาจเป็นการขายแบบไม่มีเว็บไซต์ ไปจนถึงพัฒนาเว็บไซต์ของตนเองเพื่อขายสินค้าออนไลน์ให้เป็นกิจลักษณะ ซึ่งปัจจุบันคนให้ความสนใจกับการสินค้าออนไลน์กันเป็นส่วนใหญ่ ส่งผลให้การค้าออนไลน์เติบโตปีละ 8 เปอร์เซ็นต์ สวนทางกับการขายสินค้าน้ำร้านที่ได้รับความนิยมลดลง (ไทยรัฐออนไลน์, 2561) ประกอบกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตของทุกคนทั่วโลกได้เปลี่ยนไปอย่างมาก ทำให้สัดส่วนการซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างนัยสำคัญ จากการสำรวจของ www.Picodi.com แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซได้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมช้อปปิ้งของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวไทยในปี 2018 พบว่า แม้การช้อปปิ้งในโลกออนไลน์อุปกรณ์เดสก์ทอปกำลังเป็นที่นิยมทั่วโลก แต่กลับกลายเป็นว่าคนไทยนิยมใช้สมาร์ตโฟนมากกว่าเดสก์ทอป ยิ่งไปกว่านั้นค่าใช้จ่ายของคนไทยในการช้อปปิ้งผ่านสมาร์ตโฟน อยู่ที่ประมาณ 1,500 บาท สูงกว่าการช้อปปิ้ง

ด้วยเดสก์ทอป ซึ่งค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1,350 บาท/เดือน นอกจากนี้ข้อมูลยังแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงไทยนิยมชอปปิงออนไลน์มากกว่าผู้ชาย คิดเป็นเปอร์เซ็นต์คือ 59% และ 41% ตามลำดับ ส่วนคนรุ่นใหม่ ก็คือกลุ่มที่ชื่นชอบการชอปปิงออนไลน์มากที่สุด มีมากกว่าครึ่งหนึ่งของนักชอปปิงออนไลน์ทั้งหมดถึง 51% คือช่วงอายุระหว่าง 25 – 34 ปี และตามมาด้วยกลุ่มคนอายุ 35 – 44 ปี (21%) และ 18 – 24 ปี (16%) ส่วนที่เหลืออีก 12% เป็นผู้บริโภครที่มีอายุมากกว่า 45 ปี (รูปที่ 1.1) ซึ่งถือได้ว่าคนไทยชอปปิงออนไลน์มีมูลค่าการสั่งซื้อเฉลี่ยของคนไทยอยู่ที่ 56% ของยอดสั่งซื้อทางโทรศัพท์มือถือเป็นอันดับ 3 ของโลก ซึ่งอยู่ในกลุ่มของประเทศที่ถือว่าใช้โทรศัพท์ในการชอปปิงเป็นหลัก (BLT Bangkok, 2019) (รูปที่ 1.2) ซึ่งผู้บริโภคในประเทศไทยซื้อสินค้ามากขึ้นในวันอังคารและวันศุกร์และลดลงช่วงสุดสัปดาห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักชอปปิงที่ชอปปิงด้วยเดสก์ทอปจะมีจำนวนน้อยลงในช่วงสุดสัปดาห์ ข้อมูลบ่งชี้ว่าคนไทยส่วนใหญ่ชอบที่จะชอปปิงในช่วงเย็น ยอดขายสูงสุด (จากโทรศัพท์มือถือ) จะอยู่ในช่วงเวลาประมาณ 18.00 น. ช่วงเวลาที่นิยมมากที่สุดของวันสำหรับการชอปปิงออนไลน์โดยใช้เดสก์ทอปคือช่วงเวลาบ่าย คิดเป็น 44.15% ของการชอปปิงทั้งหมด โดยหมวดหมู่การซื้อของที่ได้รับความนิยมสูงสุดสำหรับการชอปปิงออนไลน์ ได้แก่ เสื้อผ้า อาหาร รองเท้า สินค้ากีฬา และด้านการท่องเที่ยว (Startup, 2019) (รูปที่ 1.3)



รูปที่ 1.1 พฤติกรรมการชอปปิงออนไลน์ของคนไทย

ที่มา : BLT Bangkok, 2019

## 2 อัตราการช้อปปิ้งออนไลน์ทั่วโลก

ประเทศ	ผ่านทางสมาร์ทโฟน	คอมพิวเตอร์	แท็บเล็ต	มูลค่าการสั่งซื้อเฉลี่ย
เปรู	76%	22%	2%	1,300 บาท
ไนจีเรีย	62%	35%	3%	1,364 บาท
ไทย	56%	40%	4%	1,459 บาท
เวียดนาม	55%	41%	4%	1,523 บาท
ฟินแลนด์	52%	41%	7%	2,760 บาท
ฟิลิปปินส์	49%	49%	2%	2,316 บาท
สหราชอาณาจักร	48%	41%	11%	1,998 บาท
โรมาเนีย	46%	53%	1%	1,776 บาท
อิตาลี	45%	49%	6%	2,157 บาท
ปากีสถาน	44%	54%	2%	2,125 บาท

ที่มา: Picodi.com

www.bltbangkok.com

รูปที่ 1.2 อัตราการช้อปปิ้งออนไลน์ทั่วโลก

ที่มา : BLT Bangkok, 2019



รูปที่ 1.3 กิจกรรมการช้อปปิ้งในประเทศไทย

ที่มา : Startup, 2019

การเติบโตของมูลค่า e-commerce ในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างและมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตลาด B2C (Business-to-consumer) ที่แสดงให้เห็นว่าประชาชนมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปซื้อสินค้าและบริการออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพราะมีความสะดวกสบายในการซื้อของ สินค้าราคาถูก มีสินค้าที่หลากหลายทุกประเภท สามารถสั่งซื้อสินค้าที่ไหนก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเดินทางไปซื้อของหน้าร้าน มีแพลตฟอร์มการซื้อที่ใช้ได้สะดวก และยังสามารถรับสินค้าที่มีการจัดส่งอย่างรวดเร็วที่บ้านได้ จึงทำให้ช่องทางออนไลน์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และการปรับตัวของผู้ประกอบการที่ใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น จากการแข่งขันด้านบริการจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีในธุรกิจ เช่น การจัดส่งที่รวดเร็ว ค่าส่งถูก/ค่าส่งฟรี จัดโปรโมชั่นสะสม/แลกคะแนน ใช้ Code ส่วนลดต่างๆ ซื้อก่อนผ่อนทีหลัง โดยมีทุกแพลตฟอร์ม รวมถึงการพัฒนาช่องทางชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกมากขึ้น



รูปที่ 1.4 พฤติกรรม Social & Live Commerce

ที่มา : Marketingoops, 2022

สำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงหลังการฟื้นตัวจากวิกฤตโควิด-19 ซึ่งภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม รีสอร์ท และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นต่างได้รับผลกระทบและปรับตัวเข้าสู่แนวทางการตลาดออนไลน์มากขึ้น รายงานจากสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบูรณ์ระบุว่ามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเน้นไปที่การแปรรูปมะขาม ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของจังหวัด และผลักดันให้เข้าสู่ตลาดพรีเมียมควบคู่กับการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ในขณะเดียวกัน สถิติจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเติบโตขึ้น โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมและรีสอร์ทเพิ่มขึ้นจากปี 2566 เป็นปี 2567 ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมและที่พักมีการขยายตัวสูงขึ้น และมีการจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการในจังหวัดจึงมีแนวโน้มที่จะพึ่งพาช่องทางดิจิทัลมากขึ้นเพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศที่นิยมทำการจองที่พักและซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น ดังนั้น การศึกษาความเข้าใจในการชำระภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์จึงมีความสำคัญ เนื่องจากการขยายตัวของเศรษฐกิจดิจิทัลในพื้นที่อาจทำให้เกิดประเด็นด้านภาษีที่ต้องให้ความสนใจ ทั้งในแง่ของความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีของผู้ประกอบการ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการตามข้อกำหนดของภาครัฐ

นอกจากนี้ การเลือกจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นพื้นที่ศึกษาเกี่ยวกับความเข้าใจในการชำระภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ยังมีความสำคัญในเชิงนโยบายและการบริหารจัดการรายได้ของภาครัฐ เนื่องจากจังหวัดเพชรบูรณ์มีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจออนไลน์สูงขึ้นควบคู่ไปกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของจังหวัด ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาระบุว่า ในปี 2567 จังหวัดเพชรบูรณ์มีนักท่องเที่ยวเข้าพักในโรงแรมและรีสอร์ทรวม 198,998 คน เพิ่มขึ้นจาก 191,571 คนในปี 2566 คิดเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 3.88 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ค้าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นต่างหันมาใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้นเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป สอดคล้องกับรายงานของ SiteMinder ที่ระบุว่าอัตราการจองโรงแรมล่วงหน้าในประเทศไทยเพิ่มขึ้น 35% และรายได้เฉลี่ยต่อวันของโรงแรมไทยเติบโต 19% (กรุงเทพธุรกิจ, 2567) ซึ่งสะท้อนถึงความนิยมในการจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น ดังนั้น ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท ร้านค้า และผลิตภัณฑ์ OTOP ในเพชรบูรณ์จึงมีการขยายตัวใน

ช่องทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ แต่ในขณะเดียวกันก็อาจประสบปัญหาด้านความเข้าใจเกี่ยวกับ ภาระภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินงานและการเสียภาษีให้ ถูกต้องตามกฎหมาย

การเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลในจังหวัดเพชรบูรณ์ยังนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงใน โครงสร้างรายได้ของภาครัฐ ซึ่งจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการเก็บภาษีให้เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจที่ เปลี่ยนไป ผู้ประกอบการที่หันมาขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Agoda, Booking.com, Trip.com หรือแพลตฟอร์ม e-commerce ต่างๆ อาจยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายภาษีที่ เกี่ยวข้องกับการค้าผ่านช่องทางดิจิทัล ปัจจุบัน กฎหมายกำหนดให้ธุรกิจออนไลน์ต้องมีการยื่นแบบ ภาษีและเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) หากมีรายได้เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี รวมถึงภาษีเงินได้นิติบุคคล หรือภาษีเงินได้นิติบุคคลธรรมดาตามโครงสร้างรายได้ของธุรกิจ (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด เพชรบูรณ์, 2566) อย่างไรก็ตาม ธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมากในเพชรบูรณ์ เช่น ผู้ประกอบการ OTOP ที่ขายมะขามแปรรูปหรือผู้ให้บริการที่พักขนาด 1-20 ห้อง อาจไม่มีระบบบัญชีที่เป็นมาตรฐาน ทำให้เกิดปัญหาในการจัดทำรายงานภาษีที่ถูกต้อง นอกจากนี้ รายงานของ SiteMinder ยังระบุว่า Ticket.com ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มจากอินโดนีเซียกลายเป็นหนึ่งในช่องทางสำคัญของโรงแรมขนาด เล็กในไทย ซึ่งหมายความว่าผู้ประกอบการโรงแรมในเพชรบูรณ์จำนวนมากอาจมีการทำธุรกรรม ระหว่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และอาจไม่ได้รับข้อมูลเพียงพอเกี่ยวกับการคำนวณภาษี สำหรับรายได้ที่ได้รับจากต่างประเทศ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการเสียภาษีที่ไม่ถูกต้องหรือเสียภาษีต่ำ กว่าที่กฎหมายกำหนด (กรุงเทพธุรกิจ, 2567) อีกประเด็นที่สำคัญคือ ช่องว่างของความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับภาษีของผู้ประกอบการที่เข้าสู่ตลาดออนไลน์ใหม่ๆ ซึ่งอาจไม่ได้มีความเชี่ยวชาญในเรื่อง ภาษีหรือการทำบัญชีที่ถูกต้อง การศึกษานี้จึงมีความสำคัญเพราะจะช่วยให้เข้าใจถึงระดับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับภาระภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์ รวมถึง อุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในการปฏิบัติตามกฎหมาย ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการออกแบบ มาตรการให้ความรู้ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามภาษีอย่างถูกต้อง ตลอดจนเสนอแนวทาง ในการพัฒนาระบบสนับสนุน เช่น การให้คำแนะนำด้านบัญชีภาษีสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก หรือ การพัฒนาแพลตฟอร์มให้ความรู้เกี่ยวกับภาษีดิจิทัล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งในแง่ของการเพิ่ม ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีของรัฐ และช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคง และถูกต้องตามกฎหมาย

อย่างไรก็ตามการจัดเก็บภาษีเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ได้เกิดปัญหาว่ารัฐจะสามารถจัดเก็บภาษีได้อย่างไร เนื่องจากรัฐไม่อาจทราบได้ว่าใครเป็นผู้ประกอบอาชีพค้าขายสินค้าออนไลน์บ้าง จึงทำให้เกิดปัญหาในการจัดเก็บภาษี ดังนั้นรัฐบาลจึงได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร โดยตราเป็นพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 ว่าด้วยการชำระเงินภาษีผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) บังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 สถาบันการเงินต้องส่งรายงานธุรกรรมครั้งแรกภายในเดือนมีนาคม 2563 โดยมีผลบังคับใช้กับ ร้านค้าออนไลน์ ผู้ประกอบการ มนุษย์เงินเดือน อาชีพรับจ้าง บริษัท-ห้างร้านต่าง ๆ รวมถึงผู้ที่มีรายได้อื่น ๆ ทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลที่ไม่ได้มีการยื่นภาษีอย่างถูกต้อง โดยเฉพาะผู้ที่รับ โอนเงินผ่านระบบออนไลน์เกิน 3,000 ครั้งต่อปี หรือผู้ที่รับโอนชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต หรือบัตรเดบิตทุกบัญชีตั้งแต่ 400 ครั้งและมียอดเงินรวมกันตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป ข้อมูลธุรกรรมออนไลน์ทั้ง 2 กลุ่มจะถูกส่งไปเข้าสู่ศูนย์ข้อมูลกลาง หรือ “บิ๊กดาต้า” ของกรมสรรพากรเพื่อที่จะนำข้อมูลไปตรวจสอบการชำระภาษี หรือเพื่อเรียกเก็บภาษีจากผู้ขายสินค้าออนไลน์ต่อไป (สถานิติบัญญัติแห่งชาติ, 2561) และต้องทำความเข้าใจ

ผู้ประกอบการในธุรกิจออนไลน์ ก็มีฐานะเป็นบุคคลธรรมดาที่มีภาษีอากรที่เกี่ยวข้อง โดยเริ่มจากภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา การขายสินค้าออนไลน์จึงเข้าลักษณะเป็นการขายสินค้าในทางธุรกิจหรือวิชาชีพ จึงอยู่ในบังคับต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มตามมาตรา 77/2 (1) แห่งประมวลรัษฎากร โดยต้องนำรายได้ซึ่งเป็นค่าตอบแทนที่ได้รับมารวมคำนวณเป็นมูลค่าของฐานภาษีเพื่อเสียภาษีมูลค่าเพิ่มเมื่อมีการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า เว้นแต่จะได้รับชำระราคาก่อนการส่งมอบสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการจดทะเบียนที่มีรายได้จากการขายสินค้าออนไลน์มีหน้าที่ต้องยื่นแบบ ภ.พ.30 เพื่อเสียภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นรายเดือนภาษี ไม่ว่าจะมียาได้จากการประกอบกิจการหรือไม่ก็ตาม (พิมพ์ชนก ยิ้มยลยศ, 2565, น. 361) อีกทั้งในประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 มีการปรับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้กำหนดให้นำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินการของภาครัฐเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนซึ่งรวมถึงการรับชำระเงินภาษี ประกอบกับลักษณะในการทำธุรกรรมของภาคเอกชนในปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนมาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการนำส่งเงินภาษี การยื่นรายการหรือเอกสารเกี่ยวกับภาษีอากร และเพื่อให้กรมสรรพากรได้รับข้อมูลอันจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดเก็บภาษีอากร (อริยพร โพธิ์ใส, 2565 น.2-3)

จากที่กล่าวมาข้างต้น พบว่าการจัดเก็บภาษีกับผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ยังคงเป็นเรื่องใหม่เพราะเพิ่งเริ่มมีพระราชบัญญัติแก้ไขประมวลกฎหมายรัษฎากร พ.ศ.2562 ในมาตรา 3 ที่ได้มีการกำหนดให้เพิ่มบทบัญญัติมาตรา 3 สัตตรส โดยให้สถาบันการเงินหรือผู้ให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ตามกฎหมายเป็นผู้มีหน้าที่รายงานข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะในปีที่ล่วงมา เฉพาะที่อยู่ในความครอบครองต่อกรมสรรพากรภายในเดือนมีนาคมของทุกปี ซึ่งผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ยังไม่เข้าใจซึ่งส่งผลกระทบทำให้ไม่ต้องการขายสินค้าออนไลน์เพราะทำให้รายได้ที่ลดลง หรือผู้ประกอบการบางคนเข้าใจว่าขายสินค้าออนไลน์ไม่ต้องนำเงินได้หรือรายได้ของตนจากการขายสินค้าออนไลน์ไปเสียภาษี ก็อาจจะไม่ทำให้ผู้ประกอบการอีกทั้งกฎหมายที่ออกมาก็ไม่อาจนำมาเรียกเก็บภาษีเงินได้ของผู้ประกอบการซึ่งขายสินค้าออนไลน์ได้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย (บุญยกร มุสิกโก, 2564) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจการศึกษาความเข้าใจในการชำระภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ยังเป็นปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการ e-commerce โดยการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นที่จะทราบปัญหาอุปสรรคของการชำระภาษีและมีข้อเสนอแนะแนวทางการจัดเก็บภาษีที่เหมาะสมแก่ผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ เกี่ยวกับการชำระภาษี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ เกี่ยวกับการชำระภาษี
- 1.2.3 เพื่อศึกษาแนวทางการทำความเข้าใจที่ถูกต้องเหมาะสมในการชำระภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์
- 1.2.4 เพื่อศึกษารูปแบบ โครงสร้างเชิงแนวคิด (Conceptual Framework) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเข้าใจ ปัญหาอุปสรรค และแนวทางการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการชำระภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์
- 1.2.5 เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดเก็บภาษีที่เหมาะสม แก่ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์
- 1.2.6 เพื่อจัดทำบทสรุปข้อเสนอแนะในการพัฒนาการชำระภาษีของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์

### 1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน

#### 1.3.1 การวิจัยนี้มีขอบเขตการวิจัยเชิงคุณภาพ

โดยประกอบไปด้วย

- 1) จัดทำแผนการดำเนินการศึกษาโครงการวิจัย
- 2) ศึกษารวบรวมองค์ความรู้ เป็นการวิจัยเชิงเอกสารโดยการศึกษาวิเคราะห์ รวมถึงกรณีศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์สภาพปัญหาและอุปสรรคของกฎหมายการขายของออนไลน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 3) ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล และสังเคราะห์ข้อมูล
- 4) ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ 15 ท่าน นักวิชาการกรมสรรพสามิต 2 ท่าน นักวิชาการกรมสรรพากร 2 ท่าน นักการเมือง 1 ท่าน รวมเป็น 20 ท่าน พร้อมจัดทำรายงานสรุปผลการสัมภาษณ์
- 5) จัดทำบทสรุปข้อเสนอแนวทางการในการพัฒนาการชำระภาษีของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์

#### 1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1) ศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์
- 2) เพื่อศึกษาปัญหาของประกอบการธุรกิจการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ตามพระราชบัญญัติแก้ไขประมวลกฎหมายรัชฎากร พ.ศ.2562
- 3) เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขกฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย

#### 1.3.3 ขอบเขตด้านสถานที่

พื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ เนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในพื้นที่ ที่ต้องการศึกษา

### 1.3.4 ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ตั้งแต่ เดือน กันยายน 2566 - เดือน มีนาคม 2567 (7 เดือน)

## 1.4 นิยามศัพท์

**การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** หมายถึง การซื้อขาย สินค้าหรือบริการที่กระทำผ่านกระบวนการทางอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะผ่านกระบวนการดังกล่าวทั้งหมดหรือแต่บางส่วน แต่ไม่รวมถึงการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์โทรสารหรืออีเมล

**ธุรกิจออนไลน์** หมายถึง การซื้อ-ขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยมีเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นสื่อกลางในการทำธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดผลกำไรเป็นรายได้เสริมหรือรายได้แบบอาชีพประจำ

**ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์** หมายถึง ผู้ดำเนินกิจการการซื้อ-ขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยมีเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นสื่อกลางในการทำธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดผลกำไรเป็นรายได้เสริมหรือรายได้แบบอาชีพประจำ

**ภาษีอากร** หมายถึง สิ่งที่รัฐบังคับเก็บจากประชาชนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด มิได้ให้ประโยชน์โดยตรงต่อผู้เสียภาษี แต่นำมาใช้จ่ายเพื่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทราบถึงความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ เกี่ยวกับการชำระภาษี

1.5.2 ทราบปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ เกี่ยวกับการชำระภาษี

1.5.3 เสนอแนะแนวทางการทำความเข้าใจที่ถูกต้องเหมาะสมในการชำระภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง / ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาความเข้าใจในการชำระภาษีของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์” ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาปรับใช้ในการงานวิจัยซึ่งครอบคลุมเนื้อหา ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

##### 2.1.1 ความเป็นมาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

###### 2.1.1.1 ประวัติความเป็นมาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในต่างประเทศ

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นเริ่มขึ้นในโลกครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2513 ซึ่งได้มีการเริ่มใช้ระบบ โอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเอฟที (Electronic Fund Transfer : EFT) แต่ในขณะนั้นมีเพียงบริษัทขนาดใหญ่และสถาบันการเงินเท่านั้นที่ใช้งานระบบ โอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ต่อมาอีกไม่นานก็เกิดระบบการส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) ซึ่งสามารถช่วยขยายการส่งข้อมูลจากเดิมที่เป็นข้อมูลทางการเงินอย่างเดียว

เป็นการส่งข้อมูลแบบอื่นเพิ่มขึ้น เช่น การส่งข้อมูลระหว่างสถาบันการเงินกับผู้ผลิต หรือผู้ค้าส่งกับผู้ค้าปลีก เป็นต้น หลังจากนั้นก็มีระบบสื่อสารรวมถึง โปรแกรมอื่น ๆ เกิดขึ้นมากมายตั้งแต่ระบบที่ใช้ในการซื้อขายหุ้นจนไปถึงระบบที่ช่วยในการสำรองที่พัก ซึ่งเรียกได้ว่าโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคของการสื่อสาร และเมื่อยุคของ อินเทอร์เน็ตมาถึงเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2533 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก็ได้เกิดขึ้น เหตุผลที่ทำให้ระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตอย่างรวดเร็ว คือ โปรแกรมสนับสนุนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างมากมายรวมถึงระบบเครือข่ายด้วย เมื่อถึงประมาณปี พ.ศ. 2537 - 2542 ก็ถือได้ว่าระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก็เป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมนอย่างมากและรวดเร็ว

ซึ่งวัดได้จากการที่มีบริษัทต่าง ๆ ในอเมริกาได้ให้ความสำคัญและเข้าร่วมในระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมากมาย (เอี่ยมพร หนองเสนา, 2558)

### 2.1.1.2 ประวัติความเป็นมาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ช่วงเริ่มแรกเป็นช่วงของกลุ่มนักพัฒนา คือช่วงที่เริ่มมีการใช้อินเทอร์เน็ต ในช่วงแรกนั้นประเทศไทยก็เหมือนต่างประเทศ คือ เริ่มให้หน่วยราชการใช้ก่อน และตามมาด้วยหน่วยงาน ด้านการศึกษาต่าง ๆ และที่เห็นได้ชัดสำหรับในช่วงแรกก็คือ การใช้อีเมล คือ ใช้ผ่านหน้าจอ เทอร์มินอล และที่เห็นเริ่มเด่นชัดขึ้นมาในขณะนั้นก็คือเว็บไซต์ nectec.or.th ซึ่งเป็นเว็บที่กระทรวงวิทยาศาสตร์จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต (วารภรณ์ บุญเต็ม, 2559)

ช่วงที่สอง เป็นช่วงที่อินเทอร์เน็ตเริ่มเป็นที่นิยม คือเป็นช่วงที่เริ่มมีคนสนใจอินเทอร์เน็ตอย่างมาก เพราะเป็นช่วงที่โรงเรียนต่าง ๆ เริ่มนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการเรียนการสอน เช่น การบังคับให้นักเรียนส่งการบ้านผ่านทางอีเมล และสำหรับนักเรียนปริญญาโทก็บังคับให้ทำโฮมเพจส่งงาน ประกอบกับนักเรียนที่ไปเรียนต่างประเทศกลับมาพร้อมกับนำอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้กับงานที่ทำเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย หรือช่วยงานในด้านของการตลาดแผนใหม่ และที่สำคัญและเห็นได้ชัดมีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ หนังสือต่าง ๆ

ช่วงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน คือช่วงที่แข่งขันสมบูรณ์จะเรียกง่าย ๆ คือช่วงที่เริ่มแข่งขันกันดุเดือด และเป็นยุคที่รัฐบาลได้เข้ามาเกี่ยวข้อง เห็นได้จากการที่กระทรวงพาณิชย์ที่เริ่มเข้ามาผลักดันให้ธุรกิจที่ต้องการให้เกิดบนอินเทอร์เน็ตนั้นเด่นขึ้น ภายใต้อุปกรณ์ ๆ ว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งต่างก็มีส่วนสนับสนุนให้ยุคนี้เกิดขึ้นเร็วเพราะสามารถทำอะไรได้อย่างมหาศาล นอกจากนั้นแล้วยังมีการหลอกลวงหลายอย่างเกิดขึ้นในยุคนี้

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ใช่เป็นเพียงช่องทางจำหน่ายสินค้า แต่ยังหมายความรวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อลดค่าใช้จ่าย ลดเวลาที่สูญเสียไปโดยเปล่าประโยชน์และเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจรวมไปถึงการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของกับผู้บริโภคและผู้ค้าส่ง (วารภรณ์ บุญเต็ม, 2559)

## 2.1.2 ความหมายของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

E-Commerce มีชื่อภาษาไทยว่า “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” (Electronic Commerce: E-commerce) โดยมีผู้ให้ความหมายหรือคำนิยามไว้หลากหลาย ดังนี้

องค์การการค้าโลก World Trade Organization (WTO, 1998 อ้างถึงใน วรวิทย์ ศิริมหาพฤกษ์, 2560, น.11) ได้กำหนดความหมายของ คำว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การผลิต การกระจาย การตลาด การขาย หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์และบริการ โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์”

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา Organization for Economic Co-operation and Development (OECD, 2002 อ้างถึงใน วรวิทย์ ศิริมหาพฤกษ์, 2560, น.11) ได้กำหนดความหมายของคำว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไว้ว่า “การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การขายหรือซื้อสินค้าหรือบริการซึ่งกระทำผ่านเครือข่าย คอมพิวเตอร์โดยใช้วิธีการเฉพาะที่ออกแบบมาเพื่อวัตถุประสงค์ในการรับหรือส่งคำสั่งนั้น รวมตลอด ถึงการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการด้วยวิธีการดังกล่าวด้วย แต่การชำระเงินหรือการขนส่งสินค้าหรือ ให้บริการนั้นไม่จำเป็นต้องกระทำผ่านระบบออนไลน์ซึ่งธุรกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถ เกิดขึ้นระหว่างบริษัทผู้ประกอบการ บุคคลทั่วไป ภาครัฐหรือองค์กรใดก็ตามที่มีการส่งคำสั่งผ่าน เว็บไซต์เครือข่ายภายในองค์กรนั้น หรือระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างกัน โดยจำแนกรูปแบบตามวิธีการที่ส่งคำสั่ง แต่ไม่รวมถึงการโทรศัพท์ โทรสารหรืออีเมลที่พิมพ์ด้วยตนเองใน การสั่งซื้อขาย”

สหภาพยุโรป (European Union, 2019) ได้กำหนดความหมายของคำว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไว้ว่า คือ การทำธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งขึ้นอยู่กับประมวล และการส่งข้อมูลที่มีข้อความเสียง และภาพ ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์, การขนส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิทัลในระบบออนไลน์, การโอนเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์, การจำหน่ายหุ้นทางอิเล็กทรอนิกส์, การประมูล, การออกแบบทางวิศวกรรมร่วมกัน, การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ, การขายตรง, การให้บริการหลังการขาย ทั้งนี้ใช้กับสินค้า (เช่น สินค้า บริโภค, อุปกรณ์ทางการแพทย์) และบริการ (เช่น บริการขายข้อมูล, บริการด้านการเงิน, บริการ, ด้านกฎหมาย) รวมทั้งกิจการทั่วไป (เช่น สาธารณสุข, การศึกษา)

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทย (Thai E-commerce Resource Center, 2020) ได้กำหนดความหมายของคำว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไว้ว่า คือ การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การซื้อขาย สินค้าหรือบริการที่กระทำผ่านกระบวนการทางอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะผ่านกระบวนการดังกล่าวทั้งหมดหรือแต่บางส่วน แต่ไม่รวมถึงการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ โทรสารหรืออีเมล

### 2.1.3 ประเภทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งประเภทตามกลุ่มระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายได้ ดังนี้ (วรวิทย์ ศิริมหาพฤกษ์, 2560, น.14-16)

1) ผู้ประกอบการกับผู้บริโภค (B-to-C = Business to Consumer : B2C) เป็นกรณีที่ผู้ประกอบการได้ขายสินค้าหรือให้บริการแก่ผู้บริโภคโดยตรงโดยไม่ผ่านคนกลาง ไม่ว่าจะเป็นผู้นำเข้าผู้จัดจำหน่ายพ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีก และจัดจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการดังกล่าวในราคาปลีกแก่ผู้บริโภค ซึ่งลักษณะการประกอบธุรกิจประเภทนี้ เช่น เว็บไซต์ขาย หนังสือออนไลน์ เน้นการขายหนังสือออนไลน์หรือสื่อมัลติมีเดียทางการศึกษา โดยมีกลุ่มลูกค้าเป็น เด็ก นักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป โดยการสั่งซื้อสินค้าจะทำผ่านระบบตะกร้าสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ การชำระเงินมีทางเลือกให้ลูกค้า เช่น โอนผ่านธนาคาร บัตรเครดิต ไปรษณีย์ธนาคารในส่วนของ การจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์หรือสามารถส่งตรงถึงผู้รับได้ด้วย เช่น ร้านค้าอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์การขายอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น

2) ผู้ประกอบการกับผู้ประกอบการ (B-to-B = Business to Business : B2B) เป็นกรณีที่ผู้ประกอบการได้ขายสินค้าหรือให้บริการแก่ผู้ประกอบการในลักษณะที่เป็นคู่ค้ากัน ซึ่งคู่ค้าดังกล่าวจะนำสินค้าหรือบริการนั้น ไปผลิตต่อเพื่อทำให้เกิดสินค้าหรือบริการอีกประเภทหนึ่ง โดยคู่ค้านั้นไม่ได้บริโภคสินค้านั้น อาจมีลักษณะเป็นการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่เป็นต้นน้ำ กลางน้ำ หรือปลายน้ำก็ได้ และอาจจำหน่ายในราคาปลีกหรือราคาส่งให้แก่ผู้ประกอบการอีกฝ่ายหนึ่งก็ได้ ซึ่งลักษณะการประกอบธุรกิจประเภทนี้ เช่น การซื้ออ้อยเพื่อนำไปผลิตเป็นน้ำตาล การซื้อชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์เพื่อนำมาประกอบเป็นคอมพิวเตอร์เพื่อจำหน่าย เป็นต้น

3) ผู้ประกอบการกับรัฐ (B-to-G = Business to Government : B2G) เป็นกรณีที่ผู้ประกอบการที่เป็นภาคเอกชนดำเนินธุรกิจกับภาครัฐ เช่น การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐที่ต้องการ

ติดต่อกับเอกชน (E-procurement) หรืออาจเป็นสร้างระบบให้แก่ภาครัฐสำหรับการให้บริการประชาชน เช่น ระบบการเปิดประมูล หรือยื่นแบบแสดงรายการเพื่อชำระภาษีอากร การประกาศจัดจ้างของภาครัฐ หรือการใช้ระบบการส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) ในพิธีการศุลกากรของกรมศุลกากร เป็นต้น

4) รัฐ กับ รัฐ (G-to-G = Government to Government : G2G) เป็นกรณีที่หน่วยงานของรัฐดำเนินธุรกิจกับหน่วยงานของรัฐด้วยกัน ซึ่งอาจเป็นในระดับรัฐต่อรัฐ หรือหน่วยงานภายในของรัฐด้วยกัน

5) ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (C-to-C = Consumer to Consumer : C2C) เป็นกรณีที่ผู้บริโภคขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคด้วยกัน ซึ่งอาจเป็นการขายสินค้ามือสอง หรือการรับสั่งสินค้าล่วงหน้า (Pre-Order) โดยจะส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิดการรวมกลุ่มกันระหว่างผู้ที่มีการบริโภค รูปแบบเดียวกัน เช่น การติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในกลุ่มคนที่มีการบริโภค หรือบุคคลทั่วไปอาจจะทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากันเอง ขายสินค้ามือสองโดยสินค้าที่นำมาเสนอขายได้นั้นครอบคลุมตั้งแต่บ้านราคาหลายสิบล้านไปจนถึงหนังสือราคาไม่กี่บาท เป็นต้น

6) รัฐกับผู้บริโภค (G-to-C = Government to Consumer : G2C) เป็นการบริการของภาครัฐสู่ประชาชนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การเสียภาษี ผ่านอินเทอร์เน็ต การให้บริการบริการข้อมูลสู่ประชาชนผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

## 2.1.4 รูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ประเทศไทยไม่มีกฎหมายระบุชัดเจนว่าการกระทำธุรกรรมในรูปแบบใดที่จะถือว่าเป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่อย่างไรก็ตามมีหน่วยงานที่จำแนกรูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้ดังนี้ (กรมสรรพากร, 2560)

### 2.1.4.1 รูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จำแนกโดยกรมสรรพากร

กรมสรรพากรได้สรุปรูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีให้ผู้ประกอบการทราบเพื่อจะได้ดำเนินการอย่างถูกต้อง ดังนี้

(1) เว็บไซต์แสดงรูปและราคาสินค้า (Catalog Website) หมายถึง เว็บไซต์ที่ผู้ประกอบการจัดทำขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่เป็นห้องแสดงสินค้า รายการราคาสินค้า ประชาสัมพันธ์ รายการสินค้าโปรโมชั่น ณ ช่วงเวลานั้น ทั้งนี้อาจเน้นไปทางโฆษณาสินค้าตัวใหม่ ๆ แต่ไม่ได้มีการ

ซื้อขายสินค้าออนไลน์แต่อย่างใด หากผู้ซื้อสินค้าสนใจจะซื้อสินค้าจะต้องโทรศัพท์เพื่อสั่งซื้อสินค้า ส่วนการชำระราคาสินค้าจะเกิดขึ้นทันทีที่รับมอบสินค้าจากพนักงานส่งสินค้า ข้อสังเกตเว็บไซต์ประเภทนี้จะไม่มียระบบ ไม่มีตะกร้าในการซื้อขาย แต่จะมีเพียง รูปภาพ หรือรายการสินค้าพร้อมราคาเท่านั้น

(2) เว็บไซต์เพื่อการขายสินค้า (E-shopping) หมายถึง เว็บไซต์ที่ผู้ประกอบการสร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกิจการ ส่วนใหญ่จะใช้ชื่อกิจการเป็นชื่อเว็บไซต์โดยไม่มีคำอื่นต่อท้าย กิจการจะสร้างกิจกรรมบนเว็บไซต์แบบเต็มรูปแบบ โดยจะมีกิจกรรมต่าง ๆ มีการเคลื่อนไหว ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเว็บไซต์ให้ทันสมัยตลอดเวลา มีผู้เข้าชมเป็นจำนวนมาก ในส่วนของการขายสินค้าจะมีระบบการรับชำระค่าสินค้ามีตะกร้าให้เลือกสินค้า มีระบบการตรวจสอบการส่งของ มีระบบต่าง ๆ อีกมากมาย เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า

(3) การขายสินค้าบนชุมชนเว็บบอร์ดโดยผู้ขายไม่มีเว็บไซต์ของตนเอง (Community Web) หมายถึง ชุมชนเว็บบอร์ดซึ่งเป็นที่รวมตัวของคนที่มีความสนใจคล้าย ๆ กัน โดยทางเว็บไซต์ได้จัดทำเว็บบอร์ดแล้วอนุญาตให้สมาชิกนำสินค้าต่าง ๆ มาลงขายได้ด้วย ซึ่งปัจจุบันจะมีเว็บไซต์แบบนี้อยู่เป็นจำนวนมาก เช่น เว็บไซต์สำหรับคนชอบโทรศัพท์มือถือ ถอดรูป ถ่ายรูป อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ซึ่งการทำเว็บไซต์ให้มีสินค้าตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้การขายสินค้าได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น

(4) การขายสินค้าบนเว็บบอร์ดของชุมชนเว็บบอร์ด เป็นการซื้อขายที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่จะติดต่อกันทางโทรศัพท์หรืออีเมลที่ไว้บนเว็บบอร์ด แล้วคุยกันนอกรอบ เพื่อตกลงเรื่องราคาซึ่งมักจะใช้การชำระราคาสินค้าด้วยวิธีการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร และรับสินค้าทางไปรษณีย์

(5) เว็บไซต์เพื่อการประมูลขายสินค้า (E-auction) หรือการประมูลออนไลน์คือการประมูลสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายเห็นความเคลื่อนไหวของราคาขณะประมูลในแบบทันทีทันใด โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

(6) เว็บไซต์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ (E-marketplace) หมายถึง เว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เหมือนห้างสรรพสินค้าปกติโดยทั่วไป คือแบ่งเนื้อที่ในเว็บไซด์ออกเป็นขนาดเล็ก ๆ อาจจะจัดเป็นหมวดหมู่ โชนต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการที่สนใจมาเช่าหน้าร้านเพื่อประกอบธุรกิจ โดยเว็บไซต์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์จะมีระบบจัดการเว็บไซด์ร้านค้าไว้บริการผู้ประกอบการ เช่น ระบบตะกร้าสั่งซื้อสินค้า ระบบรับชำระเงิน ระบบการตรวจเช็ค สต็อก ระบบช่วยร้านค้า ประชาสัมพันธ์สินค้า ระบบเว็บบอร์ด เป็นต้น

(7) เว็บไซต์แหล่งซื้อขายภาพถ่ายดิจิทัล (Stock Photo) หมายถึง ที่เก็บรวบรวมภาพถ่ายไว้ด้วยกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขายภาพถ่ายนั้น การขายภาพถ่ายเป็นเพียงผู้ขายยินยอมหรืออนุญาตให้ผู้ซื้อใช้ภาพถ่ายของผู้ขายเท่านั้น โดยผู้ขายไม่ได้ขายขาดสิทธิ์ในภาพถ่ายดังกล่าว ดังนั้นภาพถ่ายยังคงเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ขายอยู่อย่างสมบูรณ์เช่นเดิม ซึ่งทำให้ผู้ขายสามารถนำภาพถ่ายเดียวกันนี้ไปขายซ้ำแล้วซ้ำอีกก็จะที่เว็บไซต์ก็ได้ส่วนภาพถ่ายที่ซื้อมานั้น ผู้ซื้อสามารถนำไปใช้ในการพิมพ์หนังสือ การพิมพ์เอกสารในโอกาสพิเศษ นิตยสาร บริษัทโฆษณา การสร้างภาพยนตร์นักร้อง ออกแบบเว็บไซต์ศิลปินด้านภาพบริษัทรับตกแต่ง ภายในและด้านอื่น ๆ ตามต้องการปัจจุบันเว็บไซต์แหล่งซื้อขายภาพถ่ายดิจิทัลไม่ได้รับเฉพาะภาพถ่ายเท่านั้น ยังรับภาพจากนักออกแบบผู้สร้างสรรค์ภาพจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น โปรแกรม Illustrator10, Photoshop อีกด้วย

(8) การรับโฆษณาจากเว็บไซต์กูเกิล (Google AdSense) หมายถึง โปรแกรมการโฆษณาสินค้าที่บริษัทกูเกิล (Google) เปิดโอกาสให้กับผู้ที่มีเว็บไซต์สามารถสร้างรายได้ด้วยการนำโฆษณาของกูเกิลมาใส่ไว้ที่เว็บไซต์โดยรายได้จะเกิดจากการมีผู้อื่นมาเยี่ยมชมและการคลิกโฆษณานั้น ซึ่งโฆษณาต่าง ๆ ของกูเกิลจะเป็นโฆษณาที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับเนื้อหาของเว็บไซต์กรณีที่เว็บไซต์เกี่ยวข้องกับเกม โฆษณาที่ทางกูเกิลส่งมาก็จะเป็นโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับเกมเช่นกัน

(9) การทำให้ผลการค้นหาบนกูเกิลติดลำดับแรก ๆ (Search Engine Optimization : SEO) หมายถึง การทำให้ผลการค้นหาจากเว็บไซต์กูเกิลแสดงข้อมูลเว็บไซต์ติดอันดับต้น ๆ ของผลการค้นหาปกติ (Natural Search) นักคอมพิวเตอร์สามารถทำได้ด้วยการปรับเว็บไซต์ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การให้คะแนนของเว็บไซต์กูเกิลหรือที่เรียกว่าเพจเรงก์ (PageRank) เช่น เว็บไซต์ที่เปิดมาเป็นระยะเวลาานาน ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์จำนวนมาก บทความบนเว็บไซต์มีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ไม่มีข้อความที่คัดลอกจากเว็บไซต์อื่น เป็นต้น โดยเว็บไซต์ที่มีเพจเรงก์สูงก็จะได้อยู่ในอันดับต้น ๆ ของผลการค้นหาปกติผู้ประกอบการที่ต้องการให้ผลการค้นหาของตน ปรากฏบนหน้าแรกของการค้นหาซึ่งจะไม่เกี่ยวข้องกับกูเกิลแอดเวิร์ดส์ (Google AdWords) ซึ่งการโฆษณาแบบนี้ผู้ประกอบการต้องว่าจ้างนักคอมพิวเตอร์ที่มีความชำนาญเฉพาะด้านเป็นผู้ดำเนินการ

(10) เว็บไซต์นายหน้าการขายสินค้าและบริการ (Affiliate Marketing) หมายถึง ธุรกิจที่ใช้ระบบการขายและชำระเงินของผู้ขาย โดยผู้ประกอบการ จะชักชวนให้ซื้อสินค้าด้วยการโฆษณาข้อมูลสินค้าผ่านเว็บไซต์ของตนเองแล้วผู้ซื้อทำการคลิกผ่านรูปภาพโฆษณา (Banner) หรือ Link ID เพื่อเข้าไปซื้อสินค้าหรือบริการจากเว็บไซต์นั้น ๆ จึงจะได้รับผลตอบแทนค่าธรรมเนียมภายหลังการขายประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการในการทำเว็บไซต์นายหน้าการขายสินค้าและบริการ ประกอบด้วย (1) บริษัทหรือเว็บไซต์ที่ต้องการทำการโฆษณาสินค้าหรือบริการของ ตนเอง

(2) Affiliate Network หรือ Affiliate Program Providers หมายถึง เว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของบริษัทหรือเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ต้องการทำการโฆษณาสินค้าหรือ บริการของตนบนอินเทอร์เน็ต โดยผู้เป็น Affiliate Network มีหน้าที่เก็บข้อมูลและดูแลระบบจ่ายเงิน ค่าตอบแทนให้กับตัวแทนโฆษณา (3) Affiliate หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนโฆษณาสินค้าหรือบริการ ให้กับเว็บไซต์

(11) การเล่นเกมผ่านระบบเครือข่ายออนไลน์ (Game Online) หมายถึง การเล่นเกมผ่านระบบเครือข่ายออนไลน์โดยผู้เล่นเกมออนไลน์จะต้องติดตั้งโปรแกรมลูกข่าย (Client) เพื่อเชื่อมโยงกับบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ซึ่งทำหน้าที่เป็นเครื่องแม่ข่ายหรือเซิร์ฟเวอร์ (Server) ทั้งนี้ข้อมูลต่าง ๆ ของผู้เล่นเกมออนไลน์จะถูกเก็บไว้ในเครื่องเซิร์ฟเวอร์ ซึ่งทำให้ผู้เล่นเกมออนไลน์สามารถแข่งขันและสนทนา (Chat) กับผู้เล่นรายอื่นที่อยู่ในเกมออนไลน์ได้ทันทีที่ผู้เล่นเกมออนไลน์จะต้องเสียค่าบริการสำหรับการเล่นเกมออนไลน์ ตามอัตราและเงื่อนไขที่บริษัทผู้ให้บริการกำหนดไว้

### 2.1.5 รูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จำแนกโดย OECD

องค์การเพื่อความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Cooperation and Development : OECD) ได้กำหนดรูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้จำนวน 28 รูปแบบ (วรวิทย์ ศิริมหาพฤกษ์, 2560, น.20-21) ดังนี้

1) การสั่งซื้อสินค้ามีรูปร่างทางอิเล็กทรอนิกส์17 (Electronic Order Processing of tangible products)

2) การสั่งซื้อและดาวน์โหลดผลิตภัณฑ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่มีวัตถุประสงค์ที่จะนำลิขสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์นั้นไปแสวงหาประโยชน์ต่อในทางพาณิชย์ (Electronic Ordering and Downloading of digital products)

3) การสั่งซื้อสินค้าและดาวน์โหลดผลิตภัณฑ์ทางอิเล็กทรอนิกส์โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะนำลิขสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์นั้นไปแสวงหาประโยชน์ต่อในทางพาณิชย์ (Electronic ordering and downloading of digital products for purposes of commercial exploitation of the copyright)

4) การอัปเดตและติดตั้งส่วนเสริมแก่ซอฟต์แวร์ (Updates and Add-ons)

5) ให้สิทธิใช้ซอฟต์แวร์และข้อมูลดิจิทัลซึ่งมีอายุจำกัด เช่น โปรแกรมป้องกันไวรัส (Limited duration software and other digital information licenses)

- 6) ให้สิทธิในการใช้ซอฟต์แวร์หรือผลิตภัณฑ์ดิจิทัลประเภทใดก็ได้ครั้งเดียว (Single-use software or other digital product)
- 7) บริการรับฝากแอปพลิเคชัน แบบแยกสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Application Hosting - Separate License)
- 8) บริการรับฝากแอปพลิเคชัน แบบรวมสัญญา (Application Hosting – Bundled Contract)
- 9) บริการให้ใช้แอปพลิเคชันที่สร้างขึ้นโดยผู้ให้บริการ (Application Service Provider ("ASP"))
- 10) เก็บค่าธรรมเนียมสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ (ASP License Fees)
- 11) บริการรับฝากเว็บไซต์ (Website Hosting)
- 12) บริการบำรุงรักษาซอฟต์แวร์ (Software Maintenance)
- 13) บริการคลังเก็บรักษาข้อมูล (Data Warehousing)
- 14) บริการดูแลลูกค้าผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Customer support over a computer network)
- 15) บริการกู้คืนข้อมูล (Data Retrieval)
- 16) บริการส่งมอบข้อมูลเฉพาะตนหรือข้อมูลที่มีมูลค่าสูง (Delivery of Exclusive or Other High-Value Data)
- 17) โฆษณา (Advertising)
- 18) การให้บริการทางวิชาชีพผ่านกระบวนการทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การให้คำปรึกษา (Electronic access to professional advice (e.g. consultancy))
- 19) การให้ข้อมูลทางเทคนิค (Technical Information)
- 20) การส่งมอบข้อมูลสารสนเทศ (Information Delivery)
- 21) เข้าถึงเว็บไซต์ที่สามารถสนทนาโต้ตอบกันได้ (Access to an Interactive Website)
- 22) การซื้อสินค้าออนไลน์ (Online Shopping Portals)
- 23) การประมูลสินค้าออนไลน์ (Online Auctions)
- 24) ขายโปรแกรมอ้างอิง (Sales Referral Programs)
- 25) ชุกรกรรมการได้มาซึ่งเนื้อหา (Content Acquisition Transactions)
- 26) ออกอากาศผ่านเว็บไซต์แบบเรียลไทม์ (Streamed (Realtime) Web Based Broadcasting)

27) เก็บค่าธรรมเนียมการขนส่ง (Carriage Fees)

28) ให้บริการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ที่ยอมให้มีการดาวน์โหลดข้อมูลใน  
เว็บไซต์นั้น (Subscription to a website allowing the downloading of digital products)

## 2.1.6 ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อาจจำแนกได้ดังต่อไปนี้ (ธรรมรัตน์  
ธาริรัชย์, 2563, น.12)

1) การซื้อขายสินค้าแบบออนไลน์ สามารถตัดปัญหายุ่งยากในเรื่องของการ  
ต่อราคาและตัดปัญหาเกี่ยวกับนายหน้า เพราะมีเพียงรหัสบัตรเครดิตที่เปิดบัญชีกับธนาคาร  
ก็สามารถซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตได้

2) ข้อมูลของลูกค้าจะถูกเก็บไว้ในอีเมล บุคคลอื่นไม่สามารถเปิดอ่านได้  
นอกจากผู้จัดจำหน่ายเท่านั้น

3) เพิ่มมูลค่าและปริมาณทางการค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ ลดต้นทุน  
และเปิดโอกาสให้ผู้ขายขนาดกลางและขนาดเล็ก มีโอกาสเข้าสู่ตลาดได้มากขึ้น ขณะเดียวกัน  
ผู้บริโภคก็มีทางเลือกมากขึ้นด้วย

4) ผู้ซื้อสามารถค้นหาข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่าง ๆ  
ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปถึงร้านค้า หรือผ่าน  
พ่อค้าคนกลาง

5) ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการกับผู้ซื้อรายอื่น หรือ  
มีโอกาสสัมผัสกับสินค้าหรือบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น ฟังตัวอย่างเพลง อ่านเรื่องย่อของ  
หนังสือ หรือชมบางส่วนของวิดีโอก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ทำให้ผู้ซื้อมีข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่ม  
มากขึ้น ในกรณีที่เป็นการสั่งซื้อแบบดิจิทัล จะสามารถส่งข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้ทันที

6) ผู้ขายสามารถโฆษณาขายสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้าทั่วโลกได้ตลอด 24  
ชั่วโมง ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา การจัดตั้งร้านค้า การจัดตกแต่งสถานที่ ค่าใช้จ่ายการ  
จัดเก็บสินค้า การกระจายสินค้า และยังสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ ได้อีกด้วย

## 2.2 แนวคิดการธุรกิจออนไลน์

### 2.2.1 ความหมายของธุรกิจออนไลน์และผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

ปัจจุบันเป็นยุคที่อินเทอร์เน็ตมีบทบาทในการดำรงชีวิตของผู้คนในสังคม อีกทั้งอินเทอร์เน็ตยังก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจบนโลกออนไลน์ สามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการที่ใช้นวัตกรรมสร้างธุรกิจใหม่บนอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก โดยมีผู้ให้ความหมายของธุรกิจออนไลน์ดังต่อไปนี้

เว็บไซต์ Igital Geek Co., Ltd. (2018) กล่าวว่า ธุรกิจออนไลน์ หมายถึง การขายสินค้า / บริการบนเว็บไซต์ ไม่ว่าจะขายสินค้าบนเว็บไซต์ที่ลงทุนเสียเงินทำเอง หรือ ขายบนเว็บฟรี เช่น Facebook, Line, Instagram หรือ การนำสินค้าไปฝากขายกับ แอปพลิเคชัน ตลาดออนไลน์ต่างๆ

บริษัท ซอร์ทเอาท์ จำกัด จากเว็บไซต์ Zortout (2020) กล่าวว่า ธุรกิจออนไลน์ หมายถึง การทำธุรกิจ ซื้อ-ขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยมีเว็บไซต์เป็นสื่อกลางในการทำธุรกิจจึงทำให้รูปแบบธุรกิจนั้นมีความยืดหยุ่นสูงมาก โดยไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน

เว็บไซต์ Wisible โดย Kimura (n.d.) กล่าวว่า ธุรกิจออนไลน์ หมายถึง การขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกกันว่าการทำธุรกิจ E-Commerce เป็นการขายสินค้าและบริการบนเว็บไซต์ ที่มีอินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อข้อมูล เพื่อก่อให้เกิดผลกำไรเป็นรายได้เสริมหรือรายได้แบบอาชีพประจำ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ธุรกิจออนไลน์ หมายถึง การซื้อ-ขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยมีเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นสื่อกลางในการทำธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดผลกำไรเป็นรายได้เสริมหรือรายได้แบบอาชีพประจำ

ทั้งนี้ กรมสรรพากร (2561) ได้ให้ความหมายของ “ผู้ประกอบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ว่าหมายถึง ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการโดยผ่านคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสารโทรคมนาคมหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ จึงขอจำกัดความว่าผู้ประกอบ

ธุรกิจออนไลน์ หมายถึง ผู้ดำเนินการการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยมีเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นสื่อกลางในการทำธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดผลกำไรเป็นรายได้เสริมหรือรายได้แบบอาชีพประจำ

### 2.2.2 องค์ประกอบของธุรกิจออนไลน์

ธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบันเป็นที่สนใจของนักลงทุน เพราะนอกจากเป็นอาชีพอิสระบนโลกออนไลน์ที่สร้างรายได้หลักให้แล้วยังสามารถทำเป็นงานเสริมควบคู่ไปกับงานประจำได้โดยไม่มีผลกระทบ และมีหลายรูปแบบครอบคลุมทั้งธุรกิจซื้อมาขายไป ธุรกิจที่มีการผลิตสินค้าไม่ว่าจะเป็นสินค้าอุปโภคหรือบริโภค ธุรกิจที่เป็นลักษณะเป็นตัวแทนจำหน่าย รวมถึงธุรกิจบริการในลักษณะช่วยซื้อสินค้าให้คนอื่นตามความต้องการ โดยองค์ประกอบของธุรกิจออนไลน์ (Kimura, n.d.) มีดังนี้

- 1) มีกิจการปรากฏในโซเชียลเน็ตเวิร์ค ทั้งเว็บไซต์ส่วนตัว เฟซบุ๊ก เพจ อินสตาแกรม หรือบล็อกอื่นๆ ที่ให้บริการฟรี ในโลกออนไลน์
- 2) มีการดำเนินการไม่ว่าจะเป็นซื้อมาขายไป การรับจ้างบริการ การผลิต หรืออื่นๆ ที่มีการใช้เงินเป็นของแลกเปลี่ยน โดยที่ไม่ได้สัมผัสสินค้าหรือเห็นสินค้าจริงๆ อาจเห็นผ่านรูปถ่ายไม่ว่าจะเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว
- 3) มีการติดต่อสื่อสารผ่านออนไลน์ ผ่านการแชท การโทรศัพท์ หรืออื่นๆที่ไม่ได้มีการพบปะกันโดยตรง
- 4) มีตัวกลาง หรือ คนกลางที่ทำให้ธุรกิจการติดต่อซื้อขายบรรลุผลสำเร็จ เช่น การไปรษณีย์ หรือธุรกิจขนส่งอื่นๆมาเกี่ยวข้อง
- 5) มีการชำระเงินผ่านช่องทางอื่นๆ อาจเป็นเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านการโอนผ่านธนาคาร ผ่านเงื่อนไขอื่นๆ ไม่ใช่การส่งเงินถึงมือโดยตรง

### 2.2.3 ประเภทของธุรกิจออนไลน์

ประเภทของธุรกิจออนไลน์ Zortout (2020) ประกอบด้วย

- 1) เว็บไซต์ขายสินค้าเป็นธุรกิจที่ผู้คนนิยมมากที่สุด ทำงานสร้างรายได้เร็วที่เริ่มได้เพียงแค่นำสินค้าที่มีถ่ายรูปแล้วโพสต์ขายพร้อมบอกรายละเอียดสินค้าและราคาที่ดึงดูดใจจากการทำเว็บไซต์ให้น่าสนใจสะดุดตา

2) เว็บไซต์เพื่อโฆษณาจะเป็นรูปแบบการทำธุรกิจที่ไม่ใช่การขายสินค้าบนเว็บ ซึ่งจะแนะนำหน้าร้านให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านการอธิบายว่าคือร้านอะไร ขายสินค้า หรือบริการ แบบไหน คิดต่อได้อย่างไรซึ่งจะเป็นดึงดูดผู้คนจากการลงบทความให้ความรู้ประกอบบนเว็บดึงดูดความน่าสนใจมากขึ้น

3) เว็บไซต์ข่าวสารเป็นการทำธุรกิจออนไลน์ผ่านการเผยแพร่ข่าวต่าง ๆ ให้กับผู้อื่นได้รู้พร้อมติดโฆษณา Ads Google ซึ่งสร้างรายได้ดีไม่แพ้การขายของเพียงแต่ต้องอัปเดตบทความต่าง ๆ และข่าวสารอยู่เสมอ

4) เว็บบล็อกโปรโมทสินค้า จะทำขึ้นมาเพื่อการรีวิวสินค้า บริการ หรือสิ่งที่น่าสนใจต่าง ๆ เช่น เครื่องสำอาง สถานที่ท่องเที่ยว คาเฟ่ โรงแรมและสินค้าต่าง ๆ เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจก่อนสั่งซื้อ

5) ตลาดประกาศขายจะทำการตลาดในรูปแบบสื่อกลาง (ตลาด) เพื่อให้คนมาซื้อขายแลกเปลี่ยน เช่น Kaidee หรือเว็บประกาศขายฟรี

6) เป็นผู้ประกาศขายโดยการนำสินค้าตัวเองไปขายในตลาดออนไลน์ซึ่งเริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายแล้วมาสร้างตลาดออนไลน์เป็นของตนเองไปพร้อมกับการขายสินค้า

#### 2.2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์

การตลาดออนไลน์เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้า เป็นการลงทุนทำการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอไม่ว่าจะเป็นการโพสต์หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบก็สามารถทำได้ ง่าย สะดวก และรวดเร็ว เกิดจากการเข้ามาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกรรมทางการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวบุคคล องค์กร หรือตัวบุคคลกับองค์กร เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องับกระบวนการซื้อสินค้า การขายสินค้า การจัดส่งสินค้า การแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการหรือสารสนเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ต (วรินทร์ พิพัชรวัชรพงษ์เกษม, 2560) และเริ่มเข้ามาเผยแพร่ในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา (บัณฑิต สวรรยาวุทธิ, 2561) การปฏิวัติเทคโนโลยีต่างๆ ให้อยู่ในรูปของดิจิทัล ทำให้ทุกวันนี้โลกเราสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เราสามารถสั่งซื้อสินค้าต่างๆ ทั่วทุกมุมโลกได้เพียงปลายนิ้วสัมผัส

โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ และเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น อีกทั้งหน้าที่ต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ตทุกวันนี้จะเป็นแหล่งของข้อมูลข่าวสาร เป็นแหล่งของความบันเทิง เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร เป็นช่องทางในการทำธุรกรรม รวมทั้งเป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย กล่าวคือ คนทั่วไปสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสถานที่สำหรับจับจ่ายซื้อของหรือช้อปปิ้ง สามารถส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ชื่อผลิตภัณฑ์ต่างๆ (ชนิดา อัสวโยธิน, 2562)

ปัจจุบันการตลาดออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นกับธุรกิจ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค การเลือกใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจควรให้ความสำคัญเพื่อที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (ชนิดา อัสวโยธิน, 2562) ประกอบด้วย

1) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีเมล (Email) เป็นระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับรับและส่งจดหมาย ทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ ตัวอักษร รูปภาพ เพิ่มข้อมูล โดยผ่านระบบไปยังเครือข่ายคอมพิวเตอร์อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงกันได้ทั่วโลก สะดวก ปลอดภัย สามารถส่งและรับได้ตลอดเวลา และสามารถส่งจดหมายให้บุคคลที่ต้องพร้อมกันได้ โดยไม่จำกัดจำนวนผู้รับทำให้ประหยัดแรงงาน ทรัพยากร และเงินทุน การทำการตลาดด้วยอีเมล เป็นเครื่องมือการตลาดที่สามารถสร้างฐานลูกค้าใหม่และรักษาฐานลูกค้าเก่า เพื่อสร้างผลกำไรที่ยั่งยืนให้กับองค์กร โดยทำให้เกิดการประหยัดต้นทุนในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ามากขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งยังง่าย สะดวก และรวดเร็วในการดำเนินการอีกด้วย อีเมลมีประสิทธิภาพในการส่งจำนวนมากต่อการส่งหนึ่งครั้ง รูปแบบมีสีสันสวยงาม และตกแต่งให้เพิ่มความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดภาพพจน์ดีต่อองค์กรได้ไม่ยาก

2) เว็บไซต์ เป็นส่วนที่สำคัญที่บริษัทต้องจัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค ดังนั้น การทำการตลาดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้องออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ขึ้นมาเสียก่อน การขายสินค้าในระบบ E-Commerce จะใช้เว็บไซต์เป็นหน้าร้านในการติดต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการออกแบบหน้าเว็บให้มีความประทับใจ น่าสนใจและสะดวกสำหรับผู้เข้าชมเว็บไซต์

3) การตลาดเชิงเนื้อหา เป็นการตลาดในรูปแบบที่นำเสนอเนื้อหาที่ตรงจุด สร้างเนื้อหาหรือข่าวสารให้โดดเด่น และแตกต่างจากคู่แข่ง เพิ่มคุณค่า ความน่าสนใจ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า/บริการ และเกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าและ/หรือ อยากรู้บริการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่ตรงประเด็น ดึงดูดความสนใจ เกิดการบอก

ต่อในโลกออนไลน์ และสามารถสร้างความต้องการ สร้างแรงจูงใจ เพิ่มทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า/บริการ การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) นิยมใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ จดหมายข่าว หรือ E-newsletter, VDO, Blog Post, Image/ Info graphic ผู้บริโภคชอบการทำ การตลาดเชิงเนื้อหา เพราะมีประโยชน์มากกว่าผู้บริโภคอยากซื้อสินค้าจากองค์กรที่สร้างการตลาด เชิงเนื้อหา

4) การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จะเป็นตัวช่วยในการโปรโมทเว็บไซต์ของ กิจการและช่วยผลักดันให้ เว็บไซต์ของกิจการขยับไปอยู่ในอันดับที่ดีขึ้นในเว็บไซต์ของ Google ซึ่งข้อดีของการทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ คือ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวดเร็ว ทันใจและช่วยในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการบอกต่อในหมู่คนได้อย่างง่ายดาย

5) การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เว็บไซต์ของเราปรากฏเป็น อันดับต้นๆ เมื่อมีคนใช้ Keyword ต่างๆ ค้นหาใน Search Engine ถ้าเว็บไซต์ของเราอยู่ในอันดับดี มากเท่าไร คนก็จะเข้าถึงธุรกิจของเราได้ ง่ายขึ้นเท่านั้น เป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและ ทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก ซึ่งคำสำคัญ (Keyword) คือ กุญแจสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าเข้าสู่หน้าเว็บไซต์ ได้จากการค้นหาข้อมูล ในประเทศไทยนิยมค้นหาข้อมูล ผ่านทาง Google เป็นหลัก

## 2.3 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory)

### 2.3.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภกร เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และองอาจ ปทพานิช (2538, น.106) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการ ค้นหา หาซื้อ การใช้การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการซึ่งคาดว่าจะสนองความ ต้องการ รวมถึงการตัดสินใจและการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า

ธงชัย สันติวงษ์ (2537, น.107) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงสาเหตุที่มีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจ ซื้อสินค้าและบริการ โดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆ ที่มีผลในการจูงใจหรือการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภคที่จะทำให้นักการตลาดสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้สำเร็จผลด้วยการสามารถชักนำและ หว่านล้อมให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและมีความจงรักภักดีในการซื้อสินค้าซ้ำต่อไปเรื่อยๆ

Kotler (2012) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การวิเคราะห์ว่าการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และบริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค ได้อย่างเหมาะสม

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ การใช้ รวมถึงการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆที่มีผลในการจูงใจหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

### 2.3.2 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) หรือเรียกว่า S-R Theory (สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2538, น.110-112) ซึ่งทฤษฎีประกอบด้วย

1) สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) สิ่งกระตุ้น ภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่ นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดใหม่ขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้น ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

1.1.2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price)

1.1.3) สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางจำหน่าย (Place)

1.1.4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.2) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้สิ่งเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic)

1.2.2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)

1.2.3) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Low's Black Political)

1.2.4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)

2) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเทียบกับเหมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1) ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.1.1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นสู่รุ่น เป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่งๆ ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่นของวัฒนธรรม และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาดซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้ซื้อ ดังนี้

(1) วัฒนธรรมพื้นฐาน หมายถึง รูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอดสืบต่อกันมาโดยผ่านขบวนการอบรม และขัดเกลาทางสังคม

(2) วัฒนธรรมย่อย หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อนวัฒนธรรมย่อยมีต้นกำเนิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์วัฒนธรรมย่อยประกอบด้วยกลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์หรือท้องถิ่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุกลุ่มย่อยด้านเพศ

(3) ชั้นทางสังคม หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่ต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้น สังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกัน และสมาชิกในชั้นสังคมที่ต่างกันจะมีลักษณะที่แตกต่าง การแบ่งชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์

รายได้ทรัพย์สินหรืออาชีพชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคเฉพาะอย่าง โดยชั้นทางสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 ระดับและแบ่งเป็นกลุ่มย่อยได้ 6 ระดับ ดังนี้

2.1.2) ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

(1) กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัวกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิงกลุ่มอ้างอิงแบ่งเป็น 2 ระดับคือ

(1.1) กลุ่มปฐมภูมิได้แก่ครอบครัวเพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

(1.2) กลุ่มทุติยภูมิได้แก่กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ และร่วมสถาบัน บุคคลต่างๆในสังคม

(2) ครอบครัวบุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อของครอบครัว การขายสินค้าอุปโภคบริโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน

(3) บทบาทและสถานะบุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิงองค์กรและสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

2.1.3) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

(1) อายุ กลุ่มอายุที่ต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

(2) วงจรชีวิตครอบครัว เป็นขั้นตอนการดำเนินชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว

(3) อาชีพ อาชีพที่ต่างกันจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการใช้สินค้าและบริการที่ต่างกัน

(4) โอกาสทางเศรษฐกิจหรือรายได้ โอกาสทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ

(5) การศึกษาผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้มีการศึกษาต่ำ

(6) ค่านิยมหรือคุณค่าและรูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า

2.1.4) ปัจจัยทางจิตวิทยา ถือว่าเป็นปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า

(1) การจูงใจ หมายถึง พลังกระตุ้นที่อยู่ในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติภารกิจภายในตัวบุคคลอาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรมชั้นทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการพฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ

(2) การรับรู้เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรรจัดระเบียบและตีความหมายข้อมูล เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมายหรือหมายถึงกระบวนการของแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน

(3) การเรียนรู้หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนอง คือ ทฤษฎีสิ่งกระตุ้น-ตอบสนอง (Stimulus-Response (SR) Theory)

(4) ความเชื่อถือเป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

(5)ทัศนคติเป็นการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

(6) บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิมและสอดคล้องกัน

(7) แนวความคิดของตนเอง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่น (สังคม) มีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

## 2.2) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ดังนี้

2.2.1) การรับรู้ความต้องการ ความต้องการของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้จากสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอกร่างกาย 1) สิ่งกระตุ้นภายใน ได้แก่ ความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ 2) สิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ ความต้องการทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นถึงระดับหนึ่งแล้วจะกลายเป็นตัวกระตุ้น ให้บุคคลมีพฤติกรรมตอบสนอง ซึ่งบุคคลสามารถเรียนรู้ถึงวิธีการตอบสนองต่อการกระตุ้น เหล่านี้ โดยอาศัยการเรียนรู้และประสบการณ์ในอดีต

2.2.2) การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้ตัว ผู้บริโภคจะดำเนินการตอบสนองความต้องการของเขาทันที ถ้าความต้องการนั้น ยังไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการนั้น จะถูกสะสมเอาไว้เพื่อการตอบสนองภายหลัง เมื่อความต้องการที่ถูกกระตุ้นได้สะสมไว้มาก จะทำให้เกิดภาวะอย่างหนึ่ง คือ ความตั้งใจให้ได้รับการตอบสนองความต้องการ โดยผู้บริโภคจะพยายามค้นหาข้อมูล เพื่อสนองความต้องการที่สะสมไว้ปริมาณของข้อมูลที่ผู้บริโภครักษาขึ้นอยู่กับบุคคลเผชิญกับการแก้ไขปัญหา มากหรือน้อย ข้อมูลที่ผู้บริโภครักษาถือเป็นข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

2.2.3) การประเมินผลทางเลือก เมื่อผู้บริโภครับข้อมูลเข้ามาแล้วจากขั้นที่ 2 ก็จะเกิดความเข้าใจแล้วทำการประเมินผลข้อมูลเหล่านั้น เพื่อพิจารณาทางเลือกต่อไป ซึ่งอาศัยหลักเกณฑ์หลายประการ คือ

(1) คุณสมบัติผลิตภัณฑ์กรณีนี้ผู้บริโภคจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง ผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะมีคุณสมบัติกลุ่มหนึ่ง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในความรู้สึกของผู้ซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน

(2) ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกันนักการตลาดต้องพยายามค้นหาและจัดลำดับสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์

(3) ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้า เนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภค และความเชื่อถือเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

(4) ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้า โดยผ่านกระบวนการประเมินผลเริ่มต้น ด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สนใจ แล้วเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตราต่างๆ

2.2.4) การตัดสินใจซื้อเมื่อทำการประเมินผลแล้ว จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถกำหนดความพอใจระหว่างสินค้าต่างๆที่เป็นทางเลือก ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่ชอบที่สุด ซึ่งก่อนตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะต้องพิจารณาปัจจัย 3 ประการ คือ

(1) ทัศนคติของบุคคลอื่น ที่มีผลต่อสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อจะมีทั้งทัศนคติด้านบวกและด้านลบ

(2) ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ ความตั้งใจซื้อจะได้รับอิทธิพลจากระดับรายได้ ขนาดของครอบครัว ภาวะทางเศรษฐกิจ การคาดคะเนต้นทุน และการคาดคะเนถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้า

(3) ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ขณะที่ผู้บริโภคกำลังจะซื้ออาจมีปัจจัยบางอย่างมากระทบกระเทือนต่อความตั้งใจ

2.2.5) ความรู้สึกหลังการซื้อ หลังการซื้อหรือทดลองใช้สินค้า ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจสินค้า โดยที่ความพอใจภายหลังการซื้อจะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ และการบอกต่อผู้อื่น หากไม่ได้รับความพอใจหลังการซื้อหรือใช้สินค้าก็จะหันไปซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่น และจะบอกกล่าวต่อไปยังผู้บริโภครายอื่นๆในทางลบ

3) การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1) การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

3.2) การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)

3.3) การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)

3.4) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)

3.5) การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

## 2.4 แนวคิดทฤษฎีโครงสร้างพื้นฐานของการค้าออนไลน์ (E-commerce Infrastructure Theory)

### 2.4.1 โครงสร้างพื้นฐานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

โครงสร้างพื้นฐานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือองค์ประกอบหลักสำคัญด้านเทคโนโลยีพื้นฐาน ที่จะนำมาใช้เพื่อการพัฒนาาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Development of e-Commerce System) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (กิตติ ภัคดี วัฒนะกุล และ ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2552)

1) ระบบเครือข่าย (Network) เป็นการเชื่อมต่อระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ ตั้งแต่ 2 เครื่องขึ้นไป มีวัตถุประสงค์เพื่อให้คอมพิวเตอร์สามารถสื่อสารกันได้ สำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) อาศัยโครงสร้างเครือข่ายพื้นฐาน ได้แก่ เครือข่ายท้องถิ่น (LAN) เครือข่ายระดับเมือง (MAN) และเครือข่ายบริเวณกว้าง (WAN) รวมไปถึงเครือข่ายเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อินทราเน็ต เอ็กซ์ทราเน็ต และอินเทอร์เน็ต

2) ช่องทางการติดต่อสื่อสาร (Channel Communication) เพื่อใช้แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการผ่านทางเครือข่ายโทรคมนาคม ในลักษณะช่องทางการสื่อสารแบบมีสาย (Physical Wire) หรือช่องทางการสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless)

3) การจัดรูปแบบและการเผยแพร่เนื้อหา (Format and Content Publishing) เป็นการจัดรูปแบบของเนื้อหาเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการในรูปแบบสื่อประสม (Multimedia) ผสมผสานระหว่างข้อความ (Text) ภาพนิ่ง (Image) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) และเสียง (Sound) เข้าด้วยกัน แล้วส่งผ่านทางเว็บไซต์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปยังผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว

4) ระบบรักษาความปลอดภัย (Security) เป็นระบบสำคัญมีหน้าที่อำนวยความสะดวกและรวดเร็วให้แก่ลูกค้า และสมาชิกที่สั่งซื้อสินค้าและบริการ สร้างความไว้วางใจแก่ผู้ใช้บริการ และส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีให้กับองค์กร ประกอบไปด้วยระบบย่อย ดังนี้

4.1) ระบบรักษาความปลอดภัยบนคอมพิวเตอร์ (Computer Security) เช่น การเก็บฮาร์ดแวร์ซอฟต์แวร์ ระบบเครือข่ายไว้ในสถานที่ที่เหมาะสม ปลอดภัย

4.2) ระดับความปลอดภัยของข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Level of Data Security) ควรมีการตรวจสอบผู้ใช้งานด้วยการกำหนดรหัส (Login or Username) และพาสเวิร์ด (Password) เพื่อกำหนดสิทธิในการเข้าไปทำงานในระบบ และควรมีระบบไฟร์วอลล์ (Firewalls)

ตรวจสอบข้อมูลที่ผ่านเข้าออกระบบ เพื่อป้องกันผู้ที่ไม่พึงประสงค์ที่ต้องการเข้าสู่ระบบของเรา เช่น แฮกเกอร์ (Hacker) แครกเกอร์ (Cracker) เป็นต้น รวมถึงการป้องกัน ภัยคุกคามจากไวรัส คอมพิวเตอร์ด้วยซอฟต์แวร์ป้องกัน และกำจัดไวรัส

4.3) การเข้ารหัสข้อมูล (Data Encryption) คือการนำข้อมูลเข้ารหัส (Encryption) ให้อยู่ในรูปแบบที่ไม่สามารถอ่านได้และมีจุดประสงค์เพื่อป้องกันไม่ให้บุคคล ที่ไม่พึงประสงค์นำข้อมูลไปใช้ในทางที่ไม่ดี และเมื่อต้องการใช้ข้อมูลต้องผ่านการถอดรหัส (Decryption) เพื่อเพิ่มความมั่นใจในด้านความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจให้แก่องค์กรธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ (Mutual Authentication) เครื่องไคลเอ็นต์สามารถตรวจสอบใบรับรองดิจิทัล (Digital Certificate) ของเซิร์ฟเวอร์ได้ และหากผู้ใช้ทางฝั่งไคลเอ็นต์มีใบรับรองดิจิทัล ทางเซิร์ฟเวอร์สามารถตรวจสอบข้อมูลของผู้ใช้ได้ด้วยเช่นกัน ใบรับรองดิจิทัล (Digital Certificate หรือ Digital ID) เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่า ผู้ใช้เป็นคนหรือองค์กรใด มีข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลขององค์กรเป็นอย่างไร มีกุญแจสาธารณะ (Public Key) ที่ใช้ในการถอดรหัสเป็นอย่างไร โดยได้รับการรับรองจากองค์กร หรือหน่วยงานกลางที่มีความน่าเชื่อถือ (Third Party) ซึ่งเรียกองค์กรนี้ว่า “Certification Authority หรือ CA” เช่น Thawte และ Verisign โดยการเข้ารหัสใบรับรองดิจิทัลนี้จะใช้การเข้ารหัสแบบ กุญแจสาธารณะ (Public Key)

4.4) เซ็คเคียวไฮเปอร์เทกซ์ทรานสปอร์ตโพรโตคอล (Secure Hypertext Transport Protocol-S-HTTP) เป็นส่วนหนึ่งของโพรโตคอล HTTP ทำหน้าที่ตรวจสอบสิทธิผู้ใช้ที่มีต่อเซิร์ฟเวอร์ซึ่งจะเข้ารหัสการลงลายเซ็น ดิจิทัล (Digital Signature) การตรวจสอบสิทธิ สนับสนุน มาตรฐาน PKCS-7 และ PEM ซึ่งพัฒนาโดย RSA

4.5) ลายเซ็นดิจิทัล (Digital Signature) เป็นข้อความที่ประกอบด้วย ตัวอักษรและตัวเลขจำนวนหนึ่ง ซึ่งใช้ในการเข้ารหัสด้วยกุญแจสาธารณะ แล้วส่งไปพร้อมกับ เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อยืนยันว่าเอกสารที่ส่งไปนั้นเป็นของผู้ส่งจริง เปรียบเสมือนลายเซ็นของ ผู้ส่ง สามารถใช้เป็นหลักฐานในการทำธุรกรรมได้

4.6) เซ็คเคียวอิเล็กทรอนิกส์ทรานแซคชั่น (Secure Electronic Transaction-SET) คือ โพรโตคอลที่ทางบริษัทวีซ่า (Visa) และมาสเตอร์การ์ด (Master Card) เป็นผู้คิดค้นและพัฒนาขึ้น โดยร่วมมือกับบริษัทไมโครซอฟต์ (Microsoft) และเน็ตสเคป (Netscape) จุดประสงค์หลักเพื่อใช้สำหรับตรวจสอบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และเครือข่ายให้มีความปลอดภัย โดยการสร้างรหัสเซต (SET) ทำให้ข้อมูลที่รับส่งเป็นความลับด้วยการเข้ารหัสด้วยกุญแจ สาธารณะ (Public Key) ข้อมูลจะไม่ถูกแก้ไขระหว่างทาง สามารถตรวจสอบการมีสิทธิ์ของ ผู้เกี่ยวข้องด้วยการใช้ลายเซ็นดิจิทัล (Digital Signature) และใบรับรองดิจิทัล (Digital Certificate)

ระบบชำระเงิน (Payment System) ได้รับการพัฒนาให้สามารถชำระผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวก และลดต้นทุนให้ผู้ซื้อ

รูปแบบการชำระเงินในปัจจุบัน สามารถแบ่งได้ดังนี้ คือ ระบบชำระเงินแบบจ่ายก่อน (Pre-paid Payment System) เป็นระบบชำระเงินแบบ ชำระเงินก่อนแล้วค่อยนำไปซื้อสินค้าในภายหลัง หมายถึง ผู้ซื้อจะต้องนำเงินจริงไปเปลี่ยนให้เป็นเงินที่อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เสียก่อน เพื่อนำมาใช้ชำระเงินให้กับผู้ขายผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ระบบชำระเงินรูปแบบนี้ ได้แก่ การชำระเงินให้กับผู้ขายโดยใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cash-e-Cash) และระบบชำระเงินแบบจ่ายทีหลัง (Post-paid Payment System) เป็นระบบชำระเงินแบบ ซื้อสินค้าก่อนแล้วชำระเงินภายหลัง หมายถึง ผู้ซื้อจะชำระเงินค่าสินค้าให้กับผู้ขายด้วยข้อมูลที่ใช้แทนเงินไปก่อน หลังจากนั้นจึงชำระเงินจริงในภายหลัง ระบบการชำระเงินรูปแบบนี้ ได้แก่ เช็คอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Check-e-Check) บัตรเครดิต (Credit card) เป็นบัตรประเภทบัตรแถบแม่เหล็กใช้แถบแม่เหล็กเก็บข้อมูล การชำระเงินวิธีนี้เป็น การชำระเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยการใช้จ่ายเงินของบัตรเครดิต (Credit Card) แทนการชำระด้วยเงินจริง กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Wallet-e-Wallet)

#### 2.4.2 การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ (Social Commerce)

Dashti, Sanayei, Dolatabadi and Moshrefjavadi (2016 อ้างถึงใน นชพร สิงห์เงิน, 2564, น.23-25) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าและบริการใน Social Commerce รวมไปถึงมีคำแนะนำในตัวสินค้าและบริการผ่าน Social Commerce เพื่อสำรวจปัจจัยที่จะส่งผลในการปรับใช้ใน Social Commerce ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Social Commerce ถูกแบ่งเป็น 4 เกณฑ์ คือ

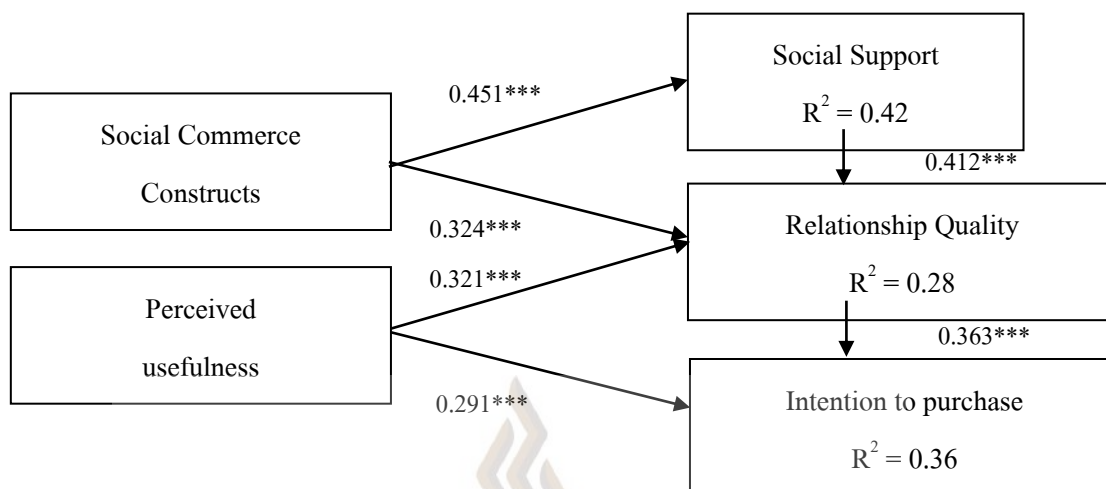
- 1) โครงสร้างของ Social Commerce (Social Commerce Constructs) เป็นช่องทางการค้าที่มีการสนับสนุนให้เกิดการซื้อขายสินค้าผ่าน Social Network ส่งผลเชิงบวกในด้านของการสนับสนุนทางสังคม (Social Support) และความสัมพันธ์ที่ดี (Relationship Quality)
- 2) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ส่งผลเชิงบวกในด้านของความสัมพันธ์ที่ดี (Relationship Quality) เช่น ความใกล้ชิดและความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นและมีบทบาทสำคัญที่นำไปสู่ความจงรักภักดี (Customer Loyalty) รวมไปถึง 3 องค์ประกอบในเรื่อง

ความสัมพันธ์ที่ดี ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ, ความพึงพอใจและความมั่นคงสัญญาต่างๆ รวมไปถึงความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)

3) การสนับสนุนทางสังคม (Social Support) ส่งผลเชิงบวกในด้านของความสัมพันธ์ที่ดี (Relationship Quality)

4) ความสัมพันธ์ที่ดี (Relationship Quality) ส่งผลเชิงบวกไปสู่ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) ในที่สุด

หลังจากนั้นได้มีการทำแบบสอบถามโดยใช้แบบการประเมินแบบ Likert Scale 1-5 เป็นเรียงลำดับหมายเลข (1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปถึง 5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง) มีผู้ทำแบบสอบถามทั้งหมด 327 คน เพศชายร้อยละ 52.5 เพศหญิงร้อยละ 47.5 อายุส่วนใหญ่อยู่ 52.17 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 44.55 เมื่อมีการวิเคราะห์ผลโดย Structural Equation Modeling (SEM) และ Partial least squares (PLS) พบว่าผลลัพธ์จาก R Square เกือบ 36% ค่าแปรปรวน (Variance) ของความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) คิดเป็นสัดส่วนของความสัมพันธ์ที่ดี (Relationship Quality) และการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ซึ่งหมายความว่าสมมติฐานความตั้งใจซื้อส่งผลมาจากความสัมพันธ์ที่ดี (Relationship Quality) และการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) อีกทั้ง 28% ค่าแปรปรวนของความสัมพันธ์ที่ดี (Relationship Quality) คิดเป็นสัดส่วนจากโครงสร้างของ Social Commerce (Social Commerce Constructs), การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการสนับสนุนทางสังคม (Social Support) ค่า R Square คิดเป็น 42% ของการสนับสนุนทางสังคม (Social Support) ซึ่งค่าแปรปรวนคิดเป็นสัดส่วนของโครงสร้างของ Social Commerce (Social Commerce Constructs) ค่าสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์ที่ดี (Relationship Quality) อยู่ที่ 0.363 และการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) 0.291 ซึ่งตัวแปรทั้งสองส่งผลต่อ Social Commerce อย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งการสนับสนุนทางสังคม (Social Support) 0.412, โครงสร้างของ Social Commerce (Social Commerce Constructs) 0.324 และการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) 0.312 ซึ่งส่งผลอย่างมีนัยสำคัญในเรื่องของความสัมพันธ์ที่ดี (Relationship Quality) ในที่สุด Social Commerce (Social Commerce Constructs) คิดเป็นสัดส่วน 45.1% ของค่าแปรปรวนของการสนับสนุนทางสังคม (Social Support) ดังนั้นการศึกษานี้บ่งบอกเชิงปฏิบัติที่สำคัญ อันดับแรกการเข้าร่วม Community, ตัวบุคคลโดยเริ่มเพื่อสร้างข้อมูลของสินค้าและบริการ ข้อมูลเหล่านี้สามารถส่งผลถึงความสัมพันธ์ที่ดีและนำไปสู่ความจงรักภักดีของลูกค้า ต่อมาเจ้าของธุรกิจหรือ Social Media ต้องได้ผลประโยชน์โดยการเข้าใจลูกค้าว่าทำไมเข้าใช้เว็บไซต์ สุดท้ายการเรียนรู้ความคิดเห็นที่แท้จริงและความตั้งใจซื้อผ่าน Social Commerce ซึ่งผู้จัดการสามารถลบจุดอ่อน เติมเต็มความต้องการของลูกค้าและเพิ่มระดับประสบการณ์ในการซื้อสินค้า



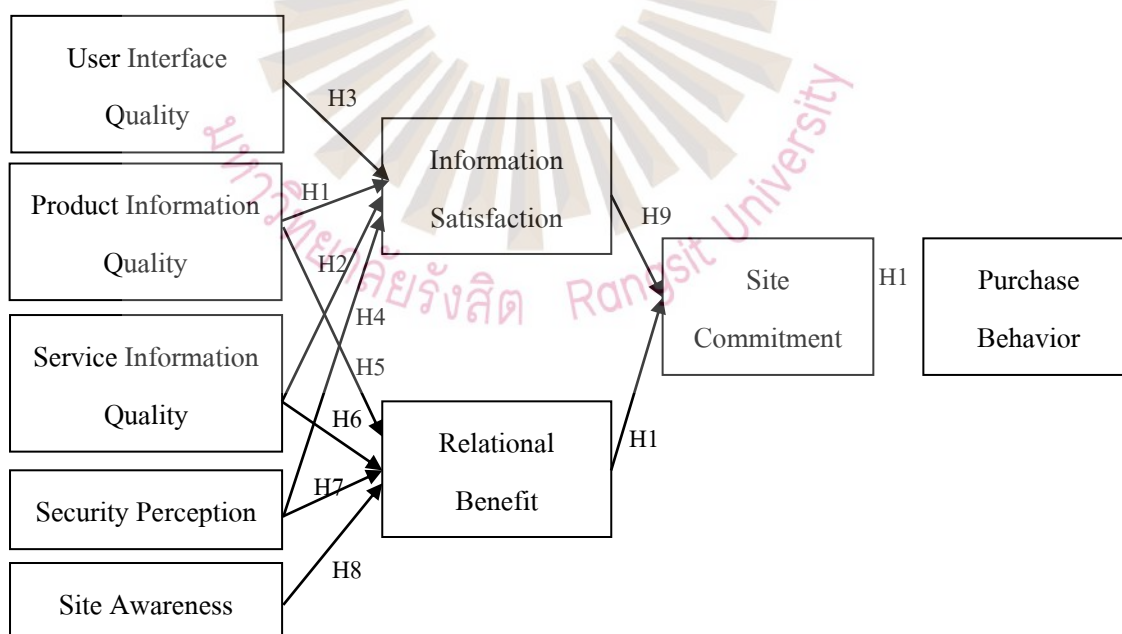
Results of the PLS analysis. \*\* p < 0.01, \*\*\* p < 0.001

รูปที่ 2.1 แรงกระตุ้นความเพิกเฉลสำหรับการซื้อสินค้าออนไลน์

ที่มา: Dashti et al., 2016 อ้างถึงใน นธพร สิงห์เงิน, 2564, น.25

Park and Kim (2003, น.19-28) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อผ่านออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้เพื่อสำรวจเนื้อหาและการนำเสนอตัวสินค้าส่งผลอย่างไรต่อผู้บริโภคที่มีความสนใจเข้ามาที่ร้านค้าออนไลน์ ผู้วิจัยได้มีการทำแบบสอบถามออนไลน์กับลูกค้า 602 คน ซึ่งผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมของข้อมูลความพอใจของผู้ใช้พฤติกรรมผู้บริโภคที่ตอบสนองกับการบริการการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ได้ระบุและอภิปรายถึงปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อ ปัจจัยที่ส่งผลทำให้เกิดการพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ประกอบไปด้วย ส่วนที่ให้เชื่อมต่อกับผู้ใช้งาน (User Interface) มีระบบนาทางเข้าสู่ร้านค้าออนไลน์และให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งาน อีกทั้งส่วนที่ให้เชื่อมต่อกับผู้ใช้งาน (User Interface) ต้องมีการจัดโครงสร้างและคุณลักษณะของร้านค้าออนไลน์ ยิ่งไปกว่านั้นต้องใช้ง่ายส่วนที่ใช้เชื่อมต่อกับผู้ใช้งาน (User Interface) ต้องมีการออกแบบที่ดีเพื่อลดต้นทุนการค้นหาข้อมูลของลูกค้า ต่อมาข้อมูลของสินค้า (Product Information) ร้านค้าออนไลน์ควรทำ HYPERLINK เพื่อขยายข้อมูลสินค้า อย่างเช่น ราคา การเปรียบเทียบ ใบริบรองสินค้ารวมการสาธิตสินค้า ต่อมาเป็นเรื่องของบริการลูกค้าและ โปร โหมชั่น (Customer Service and Promotion) ลูกค้าต้องการให้พนักงานช่วยเหลือสินค้า รวมถึงต้องการพูดคุย มีการตอบคำถามอย่างต่อเนื่องรวมถึงเรื่องนโยบายของการชำระ การคืนสินค้า การขนส่ง รวมถึงใช้เครดิตต่างๆ โปร โหมชั่นจะเกี่ยวข้องกับการโฆษณาและออกงานอีเว้นท์ต่างๆเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น การใช้อูบายสำหรับผู้ที่ซื้อบ่อยๆ เกมสล็อตเตอร์ และสินค้าที่

มอบของแถมบางอย่าง ต่อมาเรื่องความปลอดภัยในการทำธุรกรรม (Security Online Transaction) ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะกังวลเรื่องในการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวทางการเงิน ผังการซื้อขายออนไลน์ ได้มีการออกนโยบายในการป้องกันการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว รวมถึงการรับประกันในเรื่องของความปลอดภัยในการทำธุรกรรมต่างๆ ต่อมาข้อมูลเชิงความพึงพอใจ (Information Satisfaction) เปรียบเทียบเหมือนการแสดงออกทางอารมณ์เพื่อให้ได้รับประสบการณ์จากการบริการ ซึ่งร้านค้าออนไลน์ถูกแบ่ง 2 ประเภท คือข้อมูลสินค้า ข้อมูลด้านการบริการ ข้อมูลสินค้าประกอบไปด้วยคุณลักษณะของสินค้า การแนะนำจากผู้บริโภคด้วยกันเอง รายงานการประเมินสินค้า เป็นต้น ส่วนข้อด้านการบริการซึ่งร้านค้าออนไลน์ส่วนใหญ่จะจัดหาข้อมูลการเป็นสมาชิก เบอร์แฟกซ์ การส่ง และการส่งข้อมูล รวมถึงโปรโมชั่นต่างๆ ต่อมาประโยชน์เชิงเป็นเหตุเป็นผล (Rational Benefit) ได้มีการนิยามถึงสิ่งที่เป็นประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากความสัมพันธ์ในระยะยาวและได้รับบริการที่เหนือกว่า ประโยชน์เชิงเป็นเหตุเป็นผล (Rational Benefit) มีความสำคัญคือช่วยลดความกังวล สร้างความน่าเชื่อถือและประสบการณ์ของลูกค้า คำสัญญาและพฤติกรรมกรซื้อ คำสัญญาได้ถูกนิยามเป็นความต้องการที่ยั่งยืนเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่มีคุณค่าหรือการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง คำสัญญามีบทบาทสำคัญในการสร้างความจงรักภักดี (Loyalty) และพฤติกรรมกรซื้อในอนาคต



รูปที่ 2.2 กรอบงานวิจัยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรซื้อ

ที่มา: Dashti et al., 2016 อ้างถึงใน นนทร สิงห์เงิน, 2564, น.26

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี

### 2.5.1 ความหมายของภาษีอากร

จากการศึกษานักเศรษฐศาสตร์และนักกฎหมายได้มีการให้ความหมายของภาษีอากร ไว้ดังนี้

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา Organization for Economic Co-operation and Development (OECD, 2002 อ้างถึงใน วรวิทย์ ศิริมหาพฤกษ์, 2560) กล่าวว่า ภาษีอากร หมายถึง ภาระหน้าที่ที่ต้องชำระเงินให้แก่รัฐบาลโดยไม่มีผลตอบแทน

เว็บไซต์ GotoKnow โดยครูสมใจ (n.d.) ได้กล่าวว่า ภาษีอากร หมายถึง สิ่งที่รัฐบาลบังคับเก็บจากประชาชน โดยมีได้มีสิ่งตอบแทนแก่ผู้เสียภาษีอากรโดยตรง โดยเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า และไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับ โดยเฉพาะ ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติบางประการ”

เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม (2546, น.129-130) กล่าวว่า ภาษีอากร หมายถึง สิ่งที่รัฐบาลบังคับจัดเก็บจากประชาชน และนำมาใช้เพื่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม โดยมีได้ให้ประโยชน์โดยตรงต่อผู้เสียภาษี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี (2560) กล่าวว่า ภาษีอากร คือ การโอนทรัพยากรใดๆ อันมีลักษณะบังคับแต่มิได้เป็นการลงโทษจากภาคเอกชนไปสู่ภาครัฐบาล โดยเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไว้แล้วล่วงหน้าและไม่โยงไปถึงผลประโยชน์ที่ได้รับเฉพาะ ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติบางประการ จากคำนิยามข้างต้นสามารถสรุปสาระสำคัญของภาษีอากร ดังนี้

1) คำว่าบังคับเก็บนั้น ผู้เสียภาษีอาจไม่สมัครใจ แต่รัฐบาลจะบังคับ โดยออกกฎหมายมาใช้บังคับ ให้บุคคลที่เข้าเงื่อนไขมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการเสียภาษีต้องปฏิบัติ หากฝ่าฝืนจะต้องรับโทษ

2) เงินภานี้ นั้น รัฐจะนำไปใช้จ่ายในกิจการของรัฐ โดยรัฐไม่ได้ผูกพันที่จะให้สิ่งหนึ่งสิ่งใดตอบแทนโดยตรงแก่ผู้เสียภาษี แต่ผู้เสียภาษีจะได้รับประโยชน์ทางอ้อม กล่าวคือ รัฐจะนำเงินภาษีที่ได้รับมาในแต่ละปีนั้นจัดสรรใช้จ่ายเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวม

3) ภาษีอากรเป็นลักษณะการเคลื่อนย้ายทรัพยากรจากภาคเอกชนไปสู่รัฐบาล โดยรัฐบาลจะนำไปใช้จ่ายในกิจการของรัฐ

4) ภาษีอากรไม่ก่อให้เกิดภาระในการชำระคืนของรัฐบาล ถ้าหากรัฐบาลมีความผูกพันในการชำระคืน สิ่งนั้นจะมีใช้ภาษีอากร เช่น การกู้ยืม รัฐบาลมีภาระในการชำระคืนการกู้ยืมจึงมิใช่ภาษีอากร

5) ภาษีอากร ไม่จำเป็นต้องเรียกเก็บเป็นเงินเสมอไป อาจเรียกเก็บเป็นสินค้าหรือบริการก็ได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ภาษีอากร หมายถึง สิ่งที่รัฐบังคับเก็บจากประชาชนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด มิได้ให้ประโยชน์โดยตรงต่อผู้เสียภาษี แต่นำมาใช้จ่ายเพื่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม

## 2.5.2 วัตถุประสงค์ในการจัดเก็บภาษีอากร

1) เพื่อหารายได้มาใช้จ่ายในกิจการของรัฐ และพัฒนาเศรษฐกิจ รัฐมีหน้าที่ดูแลและให้บริการทางสังคมแก่ประชาชน จัดทางงบประมาณรายจ่ายประจำปี รัฐใช้การจัดเก็บภาษีอากรเป็นนโยบายการคลัง เพื่อส่งเสริมความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ หรือการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยการส่งเสริมการลงทุนและการศึกษา ส่งเสริมการส่งออกโดยการคืนเงินภาษีอากร

2) เพื่อควบคุมหรือส่งเสริมพฤติกรรมของประชาชนให้ใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม โดยการควบคุมการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยให้ลดลงโดยเพิ่มอัตราภาษีให้สูงขึ้น หรือส่งเสริมพฤติกรรมออมเงิน หรือการพัฒนาความรู้ความสามารถในการอบรมสัมมนา โดยให้สามารถนำมลดหย่อนภาษี หรือถือเป็นรายจ่ายทางภาษีที่สูงกว่ารายจ่ายจริง

3) เพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจ ไม่ให้เกิดเงินเฟ้อหรือเงินฝืดถ้ารัฐต้องการให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น รัฐใช้จ่ายเงินมากกว่าภาษีที่จัดเก็บ เรียกว่างบประมาณขาดดุล หรือถ้ารัฐต้องการให้ประชาชนมีรายได้ลดลง รัฐใช้จ่ายเงินน้อยกว่าภาษีที่จัดเก็บเรียกว่า งบประมาณเกินดุล ดังนั้นภาษีอากรจะช่วยรักษาระดับราคาของสินค้าและบริการให้มีเสถียรภาพได้

4) เพื่อกระจายรายได้และทรัพย์สินให้เป็นธรรม เช่น การเก็บภาษีในอัตราก้าวหน้า เพื่อลดช่องว่างระหว่างคนจนกับคนรวยให้แคบลง (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี คณะวิทยาการ จัดการ, 2560)

### 2.5.3 หลักการจัดเก็บภาษี

1) หลักแหล่งเงินได้ ผู้มีเงินได้จากประเทศใดจะต้องเสียภาษีอากรให้แก่รัฐในประเทศนั้น จากการประกอบกิจการ หรือจากทรัพย์สิน หรือจากเงินได้จากการจ้างงาน เพราะผู้มีเงินได้จากแหล่งเงินได้ในประเทศใดย่อมแสดงว่าผู้นั้นได้ใช้ทรัพยากรในประเทศนั้น (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี คณะวิทยาการ จัดการ, 2560)

2) หลักถิ่นที่อยู่ ผู้ที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศใด จะต้องเสียภาษีอากรให้แก่รัฐในประเทศนั้น เพราะผู้ที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศใดย่อมได้รับประโยชน์และบริการของรัฐในประเทศนั้น

3) หลักสัญชาติ บุคคลที่ถือสัญชาติของประเทศใด ไม่ว่าจะอยู่ในประเทศนั้นหรือไม่ย่อมได้รับการคุ้มครองและบริการของรัฐในประเทศนั้น ต้องเสียภาษีอากรให้แก่รัฐในประเทศนั้น

4) หลักการบริโภค บุคคลที่บริโภคสินค้าหรือบริการบางประเภท จะต้องเสียภาษีอากรให้แก่รัฐในประเทศนั้น

### 2.5.4 ฐานภาษี

ฐานภาษี (Tax Base) คือ สิ่งที่ถูกใช้เป็นฐานในการประเมินการจัดเก็บภาษีอากรแต่ละประเภทตามอัตรากำหนดไว้ โดยทั่วไปฐานภาษีมักเป็นสิ่งที่สามารถใช้เป็นเครื่องวัดความสามารถในการเสียภาษีของบุคคลได้ด้วย สิ่งที่ใช้เป็นฐานในการจัดเก็บภาษีอากร ซึ่งสามารถจำแนกได้ 4 ประเภท ดังนี้ (อัญตินันท์ นันทพันธ์, 2558, น.6)

#### 1) ฐานที่เกี่ยวกับรายได้ (Income Base)

รายได้ (Income) หมายถึง ส่วนประกอบของเงินที่ใช้จ่ายเพื่อการบริโภค ในปัจจุบันเป็นเครื่องวัดถึงความสามารถในการเสียภาษี (Ability-to-pay) ของแต่ละคนซึ่งแสดงถึงอำนาจซื้อในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรืออาจจะเก็บสะสมบางส่วนไว้เพื่อแสวงหาผลประโยชน์

เพิ่มขึ้นหรือใช้จ่ายในอนาคต ได้แก่ ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax Base) และ ฐานภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Income Tax Base)

2) ฐานการบริโภคหรือการใช้จ่าย (Consumption Base / Expenditure Base) หมายถึง ภาษีที่จัดเก็บจากการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคหรือการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้แก่ ภาษีการใช้จ่ายเพื่อการบริโภค (Expenditure Tax) ภาษีสรรพสามิต (Excise Tax) ภาษีการขาย (Sales Tax) ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax) และ ภาษีสินค้าขาเข้า – ขาออก (Import / Export Tax)

3) ฐานทรัพย์สิน หรือฐานที่ เกี่ยวกับความมั่งคั่ง (Wealth) หมายถึง การวัดความสามารถในการเสียภาษีของบุคคล โดยพิจารณาจากรายได้หรือทรัพย์สินต่าง ๆ หรือประโยชน์ที่เกิดจากทรัพย์สิน เพราะสิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความมั่งคั่ง ความกินคืออยู่ดี ผู้มีฐานะดีหรือรายได้มากพอสมควร จึงเป็นผู้ที่มีทรัพย์สิน ถือได้ว่าเป็นการสร้างความเป็นธรรมในสังคม จากการเก็บภาษีทรัพย์สิน ได้แก่ ภาษีทรัพย์สินทั่วไป (General Property Tax) ภาษีทรัพย์สินเฉพาะ เช่น ภาษีที่ดิน ภาษีโรงเรือน ภาษีรถยนต์ ภาษีโรงงาน และภาษีมรดก

4) ฐานอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับรายได้ การบริโภค ความมั่งคั่งหรือทรัพย์สินแต่อาจเก็บจากการประกอบพฤติกรรมบางอย่างหรือจัดเก็บเพื่อจุดมุ่งหมาย หรือเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่างโดยเฉพาะ ได้แก่ ภาษีขายโสด สมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ภาษีหน้าต่าง หรือภาษีล้อเกวียนในสมัยโรมัน เป็นต้น

### 2.5.5 ประเภทภาษีอากร

สามารถจำแนก ได้ 3 วิธี ดังนี้ (อัญตินันท์ นันทพันธ์, 2558, น.9)

1) จำแนกตามวิธีการผลัดภาระภาษี หมายถึง วิธีการที่ผู้เสียภาษีผลัดภาระภาษีทั้งหมดหรือบางส่วนให้คนอื่นรับแทน

1.1) ภาษีทางตรง (Direct Tax) หมายถึง ภาษีที่ผู้เสียภาษีไม่สามารถผลัดภาระไปให้ผู้อื่นจ่ายแทนได้ หรือผลัดภาระได้ยาก เช่น ภาษีเงินได้ ภาษีโรงเรือนและที่ดิน

1.2) ภาษีทางอ้อม (Indirect Tax) หมายถึง ภาษีที่ผู้เสียภาษีสามารถผลัดภาระไปให้ผู้อื่นจ่ายแทนได้ หรือผู้เสียภาษีไม่ได้แบกรับภาษีทั้งหมดหรือส่วนใหญ่ไว้ เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีสรรพสามิต

2) จำแนกตามฐานภาษี หมายถึง สิ่งที่ถูกใช้เป็นฐานในการประเมินจัดเก็บภาษีแต่ละชนิด โดยจำแนกเป็น 3 ชนิด คือ

- 2.1) ภาษีจากฐานเงินได้ (Income Tax) ได้แก่ ภาษีเงินได้
- 2.2) ภาษีจากฐานทรัพย์สิน (Property Tax) หรือ ความมั่งคั่ง (Wealth) ได้แก่ ภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีรถยนต์
- 2.3) ภาษีจากฐานการบริโภค (Consumption Tax) ได้แก่ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต

3) จำแนกตามวิธีการประเมินภาษี หมายถึง วิธีที่ใช้ในการจัดเก็บภาษี

- 3.1) ภาษีตามมูลค่าหรือราคา (Ad Valorem Tax) ได้แก่ ภาษีเงินได้ ภาษีทรัพย์สิน ภาษีสรรพสามิต ภาษีศุลกากร เป็นต้น
- 3.2) ภาษีที่ประเมินตามสภาพ (Specific Tax) ได้แก่ ภาษีที่เก็บตามจำนวน หรือ น้ำหนัก โดยไม่คำนึงถึงราคา ได้แก่ ภาษีสรรพสามิต

#### 2.5.6 หลักเกณฑ์ที่ดีในการจัดเก็บภาษี

องค์ประกอบที่สำคัญของระบบภาษีที่ดีคือ มีการบริหารจัดการจัดเก็บภาษีอากรที่มีประสิทธิภาพ ปัญหาประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีนั้น จะขึ้นอยู่กับความร่วมมือของประชาชนในการเสียภาษี และขึ้นอยู่กับความซื่อสัตย์สุจริตและประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ภาษีอากรเป็นสำคัญ

Smith (1937 อ้างถึงใน อัญตินันท์ นันทพันธ์, 2558, น.10-13) ได้วางหลักเกณฑ์ที่ดีในการจัดเก็บภาษีอากร ไว้ในหนังสือ Wealth of Nation (1776) โดยมีหลักเกณฑ์สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ หลักความเสมอภาคหรือความยุติธรรม หลักความแน่นอน หลักความสะดวก และหลักความประหยัด ซึ่งหลักเกณฑ์ดังกล่าวที่ Adam Smith วางไว้นั้น เป็นที่ยอมรับโดยตลอดมา และได้มีการวิวัฒนาการขึ้นมาตามลำดับจนถึงปัจจุบัน ซึ่งหลักเกณฑ์ที่ดีในการจัดเก็บภาษีนั้น สามารถสรุปเป็นสาระสำคัญ ดังนี้

### 1) หลักความเสมอภาคหรือหลักความยุติธรรม (Equity)

การจัดเก็บภาษีที่ดินนั้น จะต้องก่อให้เกิดความยุติธรรมหรือความเสมอภาคในหมู่ผู้เสียภาษีทุกคน หลักความยุติธรรมในการเก็บภาษีนั้นเป็นหัวใจสำคัญของระบบภาษีที่ดี การพิจารณาความเป็นธรรมนั้นจะต้องพิจารณาทั้งความเป็นธรรมเกี่ยวกับภาษีที่จะจัดเก็บ และความเป็นธรรมที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติการจัดเก็บภาษีนั้น

### 2) หลักความแน่นอนและชัดเจน (Certainly)

ในการบริหารการจัดเก็บภาษีนั้น กฎหมายที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีทุกประเภทจะต้องมีความแน่นอนและเป็นที่ยึดมั่นแก่ผู้เสียภาษีทุกคน กล่าวคือ ภาษีทุกประเภทจะต้องเป็นที่แจ้งชัดและมีความแน่นอนในเรื่องของฐานภาษี อัตราภาษี กำหนดเวลาการยื่นแบบแสดงรายการ สถานที่เสีย วิธีที่เสีย ภาระภาษีอากร การทำรายได้ ตลอดจนหนี้ภาษีอากร

ความแน่นอนและความชัดเจนเกี่ยวกับภาษีในเรื่องดังกล่าวข้างต้น จะทำให้ผู้เสียภาษีมีความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีที่ตนจะต้องเสียและช่วยให้การบริหารการจัดเก็บง่ายขึ้น ถ้าหากการจัดเก็บภาษีขาดความแน่นอนจะทำให้การจัดเก็บทำได้ลำบาก และอาจเป็นช่องทางที่ก่อให้เกิดการทุจริตและความไม่เป็นธรรมแก่ผู้เสียภาษี

### 3) หลักความสะดวก (Convenience)

ระบบภาษีที่ดีจะต้องมีความสะดวกในการจัดเก็บ กล่าวคือวิธีการและกำหนดเวลาในการจัดเก็บจะต้องคำนึงถึงความสะดวกของผู้เสียภาษี จัดเก็บตามวัน เวลา สถานที่ที่ผู้เสียภาษีสะดวก ทั้งนี้ตัวบทกฎหมายภาษีจะต้องเข้าใจง่าย หลักเกณฑ์ต่าง ๆ ไม่ซับซ้อน ที่จะให้ผู้เสียภาษีปฏิบัติตามกฎหมายได้ง่าย

### 4) หลักความประหยัด (Economy)

ระบบการบริหารการจัดเก็บภาษีที่ดินนั้น ภาษีที่จัดเก็บต้องเป็นภาระแก่ผู้เสียภาษีน้อยที่สุด และรัฐจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีให้น้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะว่าทั้งภาระ

ข้อยุ่งยากในการเสียภาษีและค่าใช้จ่ายในการบริหารการจัดเก็บภาษีนั้น มิได้ก่ออะไรเพิ่มขึ้นแก่ผลผลิตประชาชาติ หากแต่ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรของสังคมไปในทางที่สูญเปล่า

#### 5) หลักความเป็นกลางทางเศรษฐกิจ (Neutrality)

ระบบภาษีที่ดีจะต้องไม่มีความลำเอียงในทางเศรษฐกิจ ไม่เข้าแทรกแซงการทำงานของกลไกตลาด ภาษีที่ดีจะต้องมุ่งก่อให้เกิดรายได้ต่อรัฐ และปล่อยให้การตัดสินใจทางธุรกิจของภาคเอกชนเป็นไปตามกลไกของตลาด

#### 6) หลักการยอมรับได้ (Acceptability)

การจัดเก็บภาษีที่ดีจะต้องได้รับความยินยอมในการชำระภาษีจากประชาชน ประชาชนจะต้องให้ความร่วมมือในการเสียภาษี ซึ่งการที่ประชาชนยอมรับหรือให้ความร่วมมือในการเสียภาษีหรือไม่นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความเป็นธรรมในการจัดเก็บภาษีด้วย

ภาษีอากรแต่ละชนิดที่จะจัดเก็บนั้นจะต้องให้ความเป็นธรรมแก่ผู้เสียภาษีทุกคนก่อนที่จะออกกฎหมายเก็บภาษีอากรแต่ละประเภทนั้น รัฐบาลจะต้องฟังความคิดเห็นจากประชาชนเปิดโอกาสให้มีการแสดงออกถึงการสนับสนุน หรือคัดค้านอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้การที่จะทำให้คนยอมรับการเสียภาษีนั้น ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างการเสียภาษีและประโยชน์ที่ผู้เสียภาษีได้รับจากรัฐบาลด้วย หากรัฐบาลแสดงให้เห็นว่าเงินที่เก็บภาษีนั้น กลับคืนเป็นผลประโยชน์ต่อผู้เสียภาษีเองในอนาคต ประชาชนก็จะยอมรับการเสียภาษีมากขึ้น และหากเป็นเช่นนั้นได้ ก็จะทำให้ประชาชนมีสำนึกในการเสียภาษี (Tax Consciousness) มากขึ้น

#### 7) หลักการอำนาจรายได้ (Productivity)

ภาษีที่ดีจะต้องสามารถทำรายได้ให้แก่รัฐบาลได้เป็นอย่างดี ฐานภาษีควรขยายตัวได้อย่างรวดเร็วตามความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อันจะทำให้รัฐบาลมีรายได้จากภาษีอากรมากขึ้น โดยไม่ต้องเพิ่มอัตราการจัดเก็บภาษี

## 8) หลักของการยืดหยุ่น (Flexibility)

ภาษีที่ดีควรมีความยืดหยุ่นได้ สามารถปรับตัวให้เหมาะสมตามสถานการณ์ และภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงได้ สามารถหารายได้ให้รัฐบาลในอัตราที่สูง ซึ่งส่งผลให้รายได้จากภาษีอากรเพิ่มขึ้นหรือลดลงเร็วกว่าการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของรายได้ประชาชาติ เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ คนมีรายได้น้อย อัตราภาษีก็ควรเป็นอัตราภาษีส่วนเพิ่มที่ต่ำ อันจะทำให้เงินเหลือในภาคเอกชนและทำให้ระบบเศรษฐกิจฟื้นตัวได้เร็ว

### 2.5.7 แนวคิดเกี่ยวกับความพยายามในการจัดเก็บภาษีอากร (Tax Effort)

นักเศรษฐศาสตร์การคลังได้ให้ความสนใจเรื่องของความพยายามด้านภาษีเป็นอย่างมาก เนื่องจากความพยายามด้านภาษีนั่น ถือเป็นเครื่องมือที่จะใช้วัดว่ารัฐบาลของแต่ละประเทศได้ใช้ความสามารถที่มีอยู่ ในการเก็บภาษีทุกชนิดเพื่อนำมาใช้ช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้เต็มความสามารถในการเสียภาษีของประชาชนในประเทศนั้น ๆ หรือไม่ หรืออาจกล่าวได้ว่าความพยายามทางด้านภาษีนั่น เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีของรัฐบาล ซึ่งนักเศรษฐศาสตร์การคลังได้ทำการศึกษาเรื่องนี้ในลักษณะการเปรียบเทียบ ความพยายามด้านภาษีของประเทศกำลังพัฒนาต่าง ๆ ในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ผลจากการศึกษาจะสามารถจัดลำดับประเทศต่าง ๆ ว่ามีความพยายามทางด้านภาษีสถาบันแรก ๆ หรือลำดับหลัง ๆ (ความพยายามสูง หรือ ความพยายามต่ำ) รวมทั้งสื่อความหมายถึงการวางแผนนโยบายภาษีของประเทศเหล่านั้นว่าประเทศนั้น ๆ มีความสามารถที่จะเก็บภาษีในระดับหนึ่งที่เป็นที่ต้องการสำหรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราที่ต้องการหรือไม่ ซึ่งหมายถึงความสามารถในการระดมทรัพยากรภายในประเทศให้ได้เพียงพอทั้งการออมของภาคเอกชน และภาครัฐบาลหากการออมในภาคเอกชนไม่เพียงพอ รัฐบาลต้องหาทางที่จะทำให้การออมในภาครัฐบาลเพิ่มสูงขึ้น (อัญตินันท์ นันทพันธ์, 2558, น.13-14)

ขบวนการซึ่งเกิดจากความพยายามของรัฐบาลในการปรับโครงสร้างการบริการ การจัดเก็บภาษีอากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จัดเก็บภาษีเพื่อนำมาใช้ช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งได้จากการเปรียบเทียบสัดส่วนของภาษีที่เก็บได้จริง (Actual Tax Ratio) กับ อัตราส่วนภาษีที่ประมาณหรือพยากรณ์ว่าควรจะได้ ภายใต้สมรรถวิสัยในการจัดเก็บภาษี (Estimated or Predicted Tax Ratio) หรือสมรรถวิสัยในการเก็บ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการ ดังนี้

$$TE = \frac{AT}{ET} \quad (2-1)$$

โดยที่

TE คือ ดัชนีความพยายามในการเก็บภาษี

AT คือ อัตราส่วนภาษีอากรที่จัดเก็บได้จริง

ET คือ อัตราสัดส่วนภาษีที่ควรจะจัดเก็บได้ หรือ สมรรถวิสัยในการจัดเก็บภาษี

## 2.5.8 มาตรการของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

### 1) กรมสรรพากร

กรมสรรพากรได้ให้ความรู้ในประเด็นภาษีที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ว่า ผู้ประกอบการ E-Commerce ที่ขายสินค้าหรือบริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์มีสิทธิและหน้าที่ในการชำระภาษี เช่นเดียวกับผู้ประกอบการอื่นๆที่อยู่ในประเทศไทย เช่น ผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านทั่วไป ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลที่จดทะเบียนนิติบุคคลในประเทศไทย และหากมีรายได้จากการขายสินค้า หรือให้บริการแก่ผู้ซื้อที่อยู่ ณ ที่ใดก็ตามผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ย่อมมีหน้าที่ต้องนำรายได้นั้นมาคำนวณรวมเพื่อยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้และมีหน้าที่จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการเพื่อเสียภาษีมูลค่าเพิ่มตามเงื่อนไขที่กฎหมายนั้นๆ กำหนด (The Revenue Department, 2015) โดยภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาซึ่งมีหลักการจัดเก็บจากเงินได้ทุกประเภท ไม่ว่าเงินได้นั้นจะได้มาจากการใช้แรงงาน (Earned Income) หรือเป็นเงินได้ที่ไม่ต้องใช้แรงงาน (Unearned Income) รวมถึงเงินได้ที่เกิดจากการลงทุนในทรัพย์สิน (Capital Gain) เว้นแต่จะมีบทกำหนดของกฎหมายยกเว้นไว้ หรือมีข้อจำกัดขอบเขตในการชำระภาษีไว้โดยเฉพาะ และได้จัดเก็บบนพื้นฐานของความเป็นธรรมและดูจากความสามารถในการชำระภาษีของผู้มีเงินได้ โดยใช้รายได้เป็นฐานในการคำนวณภาษี กล่าวคือผู้ที่มีเงินได้มากก็ควรชำระภาษีมากกว่าผู้ที่มีเงินได้น้อยกว่า ทั้งนี้ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีหลักการจัดเก็บตามเกณฑ์เงินสด ตามมาตรา 39 แห่งประมวลรัษฎากร เงินได้พึงประเมินประกอบด้วยเงินสด ทรัพย์สินหรือประโยชน์ที่คำนวณได้เป็นเงินภาษีที่คนอื่นออกให้และเครดิตภาษี โดยผู้มีเงินได้มีหน้าที่ประเมินเงินได้พึงประเมินของตนเองในแต่ละปีภาษี ถ้าหากมีเงินได้ถึงเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ไม่ว่าจะเมื่อคำนวณภาษีแล้วจะมีภาษีต้องชำระเพิ่มเติมหรือไม่ก็ตาม ดังนี้ ผู้ประกอบการทั่วไปที่ไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 30,000 บาท ขึ้นไป ซึ่งจะปรับปรุงเป็น 60,000 บาทในปีภาษี 2560 เป็นต้นไป

(The Revenue Department, 2016) และผู้ประกอบการที่มีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียวหรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกันเกิน 60,000 บาท ซึ่งจะปรับปรุงเป็น 120,000 บาท ในปีภาษี 2560 เป็นต้นไป (The Revenue Department, 2016) ดังนั้น หากผู้ประกอบการที่มีการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบออนไลน์มีเงินได้ขั้นต่ำตามเกณฑ์ข้างต้น ผู้ประกอบการจึงมีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการเพื่อชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามปีภาษี (ถ้ามี) รวมทั้งเป็นผู้ที่มีสิทธิและหน้าที่ในการชำระภาษีเช่นเดียวกับผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านหรือสถานประกอบการทั่วไป (ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์ และจักริน วชิรเมธิน, 2560)

ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถือว่าเป็นผู้มีเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40(8) แห่งประมวลรัษฎากรซึ่งได้แก่ เงิน ได้จากการทำธุรกิจ การพาณิชย์ การเกษตร การอุตสาหกรรม การขนส่ง การขายอสังหาริมทรัพย์หรือการอื่น รวมทั้งในกรณีที่ผู้ประกอบการได้ขายสินค้าที่ไม่มีรูปร่าง ได้แก่ เว็บไซต์ รูปแบบหน้าเว็บไซต์ ลิขสิทธิ์ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาเป็นระบบต่างๆ สิทธิต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการ ชื่อเสียงทางการค้า หรือยูทิวบ์วิดีโอ ข้อมูลความเป็นสมาชิกของร้านค้าและรายชื่อบริษัทลูกค้า ในกรณีดังกล่าวถือว่าเงินได้จากการขายทรัพย์สินไม่มีรูปร่างนี้เป็นเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40(3) แห่งประมวลรัษฎากร บริษัทผู้ซื้อมีหน้าที่ต้องหักภาษีเงินได้ในอัตราร้อยละ 3.0 ตามข้อ 3/2(1) ของคำสั่งกรมสรรพากรที่ ท.ป. 4/2528 เรื่อง สั่งให้ผู้จ่ายเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 แห่งประมวลรัษฎากรมีหน้าที่หักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่าย ลงวันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2528

นอกจากนี้หากการขายสินค้าทั้งที่ไม่มีรูปร่างและมีรูปร่างนั้นเป็นการขายให้แก่บริษัทผู้ซื้อในประเทศไทยกรณีดังกล่าวจะเข้าลักษณะเป็นการขายสินค้าโดยผู้ประกอบการซึ่งอยู่ในบังคับต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่มตามมาตรา 77/2 แห่งประมวลรัษฎากร (The Revenue Department, 2007) ดังตัวอย่างของผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยแอปพลิเคชันที่ผู้ประกอบการพัฒนาขึ้นมาสำหรับให้ลูกค้าดาวน์โหลดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และผู้ประกอบการได้เรียกเก็บเงินจากลูกค้าเป็นรายเดือนหรือรายครั้ง ในกรณีนี้สรรพากรได้กำหนดไว้ในหนังสือข้อหารือ กค 0702/พ./5499 ลงวันที่ 25 มิถุนายน 2556 ว่าการให้ลูกค้าดาวน์โหลดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไม่เข้าลักษณะเป็นการขายหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือตำราเรียน ซึ่งได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มตามมาตรา 81(1)(จ) แห่งประมวลรัษฎากร แต่ให้ถือเป็นการให้บริการซึ่งอยู่ในบังคับต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่มตามมาตรา 77/1(10) และมาตรา 77/2 แห่งประมวลรัษฎากร ดังนั้น หากผู้ประกอบการมีรายรับจากการให้บริการดังกล่าวเกิน 1,800,000 บาทต่อปี ผู้ประกอบการมีหน้าที่

ต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่มจากการให้บริการดังกล่าว และมีหน้าที่ต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มตาม มาตรา 85/1(1) แห่งประมวลรัษฎากร (The Revenue Department, 2013)

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการทั่วไปอาจจะยังไม่ทราบว่าเมื่อเข้าสู่ระบบภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาแล้วผู้ประกอบการไม่ได้มีหน้าที่นำเงินได้พึงประเมินสำหรับรายได้จากการขายทั้ง จำนวนมาชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เนื่องจากกฎหมายยังมีการยกเว้นเงินได้พึงประเมินที่ไม่ ต้องนำมารวมเป็นเงินได้พึงประเมินเพื่อชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามมาตรา 42 แห่งประมวล รัษฎากรและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้กฎหมายยังยอมให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีสามารถ หักค่าใช้จ่ายได้ตามประเภทของเงินได้พึงประเมิน ซึ่งผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถ เลือกที่จะหักค่าใช้จ่ายแบบเหมาสำหรับเงินได้พึงประเมินประเภทที่ 8 หรือหักค่าใช้จ่ายตามความ จำเป็นหรือสมควรก็ได้ รวมทั้งสามารถหักลดหย่อนได้อีกหลายรายการเพื่อเป็นการบรรเทาภาระ ภาษีให้แก่ผู้มีเงินได้ก่อนนำเงินได้ที่เหลือซึ่งเรียกว่าเงินได้สุทธิไปคำนวณภาษีตามบัญชีอัตราภาษี เงินได้บุคคลธรรมดา ทั้งนี้หากผู้ประกอบการมีรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการไม่เกิน 1,800,000 บาทต่อปีผู้ประกอบการก็ได้รับการยกเว้นไม่ต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มอีกด้วย (ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์ และจักริน วชรเมธิน, 2560)

ดังนั้น การจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเป็นผู้ชำระ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษีมูลค่าเพิ่มอย่างถูกต้องย่อมจะดีกว่าการหลีกเลี่ยงไม่จดทะเบียนฯ หรือหลีกเลี่ยงด้วยการปรับเปลี่ยนชื่อหรือเปลี่ยนเลขที่บัญชีไปเรื่อย ๆ ท้ายที่สุด กรมสรรพากรจะติดตามจนเจอเพื่อประเมินภาษีย้อนหลังและทำให้ผู้มีเงินได้ต้องชำระเบี้ยปรับและ เงินเพิ่มอีกจำนวนหนึ่ง

## 2) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้กำหนดมาตรการในการจัดระเบียบการซื้อขายออนไลน์ ทั้งระบบ เนื่องจากการค้าขายประเภทนี้มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะกับคนรุ่นใหม่ ที่ผ่าน มาการค้าขายผ่านระบบ E-Commerce เติบโตสูงมากถึงร้อยละ 20 โดยในปี 2555 มีมูลค่าถึง 500,000 ล้านบาท และในปี 2556 มีมูลค่าถึง 700,000 ล้านบาท แบ่งเป็นผู้ประกอบการทำการค้ากับภาครัฐ (Business to Government: B-G) มูลค่าประมาณ 300,000 ล้านบาท สัดส่วนประมาณร้อยละ 45 จำนวน 100 ราย การทำการค้าแบบภาคธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business: B-B) มูลค่าประมาณ

200,000 ล้านบาทสัดส่วนร้อยละ 40 จำนวนประมาณ 10,000 ราย และการทำธุรกิจขายกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B-C) มูลค่าประมาณ 120,000 ล้านบาท แต่มีผู้ประกอบการรายย่อยซึ่งยังขาดความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องภาษีอากร และเข้ามาประกอบธุรกิจเกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวนมากถึง 90,000 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.03 จากผู้ประกอบการทั้งหมด 155,100 ราย รวมมูลค่าการซื้อขายทั้งสิ้น 744,419 ล้านบาท โดยกรมสรรพากรตั้งเป้าไว้ในช่วงแรกของปี 2558 จะสามารถดึงผู้ประกอบการรายย่อยให้เข้าสู่ระบบและชำระภาษีอย่างถูกต้องได้ประมาณร้อยละ 2-30 ของผู้ที่ยังชำระภาษีไว้ไม่ถูกต้อง

นอกจากนี้ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่ผู้ประกอบการจะได้ทำการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น หากผู้ประกอบการมีป้ายโฆษณาที่แสดงสัญลักษณ์ E-Commerce ไปเผยแพร่บนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ เพื่อเชื่อมโยงเข้าเว็บเพจหาความรู้เกี่ยวกับกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ก็จะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการได้มากยิ่งขึ้น (ASTV Manager Online, 2015)

ทั้งนี้ กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ตั้งเป้าที่จะผลักดันให้มีผู้จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปี 2559 ทั้งนิติบุคคลและบุคคลธรรมดาเพิ่มเป็น 45,000 รายหรือเพิ่มขึ้น 3 เท่าจากปัจจุบันที่มีการจดทะเบียนแล้ว 14,234 ราย แยกเป็นนิติบุคคล 3,710 ราย และบุคคลธรรมดา 10,524 ราย ดังนั้นกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจึงได้วางแผนที่จะเชิญผู้บริหารตลาดกลางซื้อขายออนไลน์เพื่อมาหารือและขอความร่วมมือให้ผู้ประกาศขายสินค้าในเว็บไซต์ต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ถูกต้องเพื่อเป็นการยืนยันการมีตัวตน และป้องกันการถูกหลอกลวงของผู้บริโภค นอกจากนี้กรมพัฒนาธุรกิจการค้ายังได้ขอความร่วมมือไปยังตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กำกับดูแลสมาชิกให้มีการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ถูกต้อง และหากไม่จดทะเบียนฯ ขอให้พิจารณางดให้เข้ามาขายสินค้าในตลาดกลาง และได้ทำหนังสือถึงสมาคมการค้าต่างๆ ที่มีอยู่ในประเทศและมีสมาชิกทำการค้าขายผ่านออนไลน์ให้สมาคมการค้าแจ้งสมาชิกให้จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ครบถ้วน (MGR Online, 2015) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ได้มีนโยบายส่งเสริมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และหนึ่งในนั้น คือ การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการจดทะเบียนพาณิชย์ ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง ให้ผู้ประกอบการพาณิชย์กิจต้องจดทะเบียนพาณิชย์ (ฉบับที่ 11) พ.ศ. 2553 ลงวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ.2553 ซึ่งมีเนื้อหาสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบการค้าขายออนไลน์ (Electronic Commerce) ที่เข้าข่ายต้องจดทะเบียนพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในประเทศไทย ซึ่งประกอบกิจการในรูปแบบดังต่อไปนี้ (ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์ และจักริน วชิรเมธิน, 2560)

1) การซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การซื้อขายผ่านเว็บไซต์ ร้านค้าใน e-Marketplace หรือร้านค้าใน โซเชียลมีเดีย Application เป็นต้น

2) การให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider: ISP)

3) การให้บริการเช่าพื้นที่ของเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Web hosting)

4) การให้บริการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (e-Marketplace)

ทั้งนี้ผู้ประกอบการข้างต้นจะต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภายใน 30 วัน นับแต่เริ่มประกอบกิจการและเมื่อผู้ประกอบการได้จดทะเบียนแล้วผู้ประกอบการต้องติดต่อขอรับเครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Registered) ไว้เป็นหลักฐานและให้นำไปแสดงไว้บนเว็บไซต์ของตนเองด้วย และกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจะนำรายชื่อเว็บไซต์ที่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้วไปเผยแพร่ไว้บนเว็บไซต์ของกรมฯ ([www.dbd.go.th](http://www.dbd.go.th)) เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของผู้ประกอบการอีกช่องทางหนึ่ง อย่างไรก็ตามหากผู้ประกอบการไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการจะต้องมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 2,000 บาท และปรับวันละไม่เกิน 100 บาท จนกว่าจะปฏิบัติให้ถูกต้อง (Department of Business Development, 2015)

### 2.5.9 ประเภทของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เข้าข่ายต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษี

ผู้ประกอบการบางรายอาจจะยังไม่มั่นใจว่าการทำธุรกิจของตนเองบนระบบออนไลน์จะต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีหรือไม่ กรมสรรพากรจึงได้แบ่งประเภทของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีออกเป็น 10 ประเภท (The Revenue Department, 2014) ดังนี้

1) เว็บไซต์แสดงรายการรูปภาพและราคาสินค้า (Catalog Website) เป็นเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นมาเพื่อแสดงรูปภาพสินค้า รายการสินค้า โปรโมชั่นและราคาสินค้าการสั่งซื้อสินค้านั้นอาจจะสั่งซื้อผ่านโทรศัพท์ อีเมล หรือช่องทางอื่นๆ โดยไม่จำเป็นต้องมีระบบตะกร้าสินค้าและการชำระเงินออนไลน์

2) เว็บไซต์เพื่อการขายสินค้า (e-Shopping หรือ Electronic Shopping) เป็นเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นมาเพื่อเป็นสื่อกลางในการซื้อขายสินค้าโดยตรงที่มีระบบที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้า เช่น ระบบตะกร้าสินค้า ระบบรับชำระเงินออนไลน์ ระบบตรวจสอบการจัดส่งสินค้า และระบบอื่นๆ

3) การขายสินค้าบนเว็บไซต์ที่เป็นชุมชนเว็บบอร์ด (Community Web) เป็นเว็บบอร์ดของกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องคล้ายๆ กันมารวมตัวเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารติดต่อซื้อขายสินค้าหรือบริการต่างๆ เช่น ชุมชนคนรักการถ่ายภาพ ชุมชนคนชอบมือถือ เป็นต้น ผู้ที่เป็นเจ้าของสินค้าหรือผู้ขายไม่จำเป็นต้องมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง การซื้อขายจะใช้การสื่อสารกันผ่านเว็บบอร์ดและติดต่อกันทางโทรศัพท์หรืออีเมล

4) เว็บไซต์เพื่อการประมูลขายสินค้า (e-Auction หรือ Electronic Auction) เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการประมูลสินค้าออนไลน์ ผู้ซื้อและผู้ขายเห็นการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าแบบทันทีแม้จะไม่ได้นั่งอยู่ในสถานที่เดียวกัน

5) เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Market Place) เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่ให้ผู้ประกอบการเปิดร้านหรือวางขายสินค้าออนไลน์ โดยทางเว็บไซต์จะมีเครื่องมือสำหรับบริหารจัดการร้านค้าให้กับผู้ประกอบการผู้ประกอบการมีหน้าที่ในการจัดการข้อมูลและโปรโมทร้านค้าโดยไม่ต้องยุ่งเกี่ยวกับการพัฒนาระบบและเว็บไซต์

6) เว็บไซต์ตลาดกลางซื้อขายภาพถ่ายดิจิทัล (Stock Photo) เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการการซื้อขายภาพถ่ายดิจิทัล กลุ่มผู้ขายภาพถ่ายดิจิทัลซึ่งอาจจะเป็นภาพถ่ายภาพวาด หรือวิดีโอสร้างสรรค์ผลงานขึ้นมาแล้วส่งให้เว็บไซต์พิจารณาคัดเลือก หากภาพไหนผ่านการคัดเลือกก็จะถูกวางขายในเว็บไซต์ ผู้ซื้อภาพถ่ายดิจิทัลไปใช้จะได้สิทธิ์ในการใช้งานภาพที่ซื้อแต่ลิขสิทธิ์ยังคงเป็นของเจ้าของภาพ

7) การรับรายได้จากบริการโฆษณาของกูเกิลหรือกูเกิล แอดเซนส์ (Google AdSense) เป็นบริการโฆษณาของกูเกิลที่เปิดโอกาสให้เจ้าของเว็บไซต์สามารถสร้างรายได้โดยการนำเอาโฆษณาของกูเกิลที่อยู่ในรูปแบบของข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอไปแสดงบนเว็บไซต์ของตนเอง เมื่อผู้เข้าชมชมเว็บไซต์คลิกโฆษณาเจ้าของเว็บจะได้รับรายได้ที่เป็นส่วนแบ่งโฆษณาจากทางกูเกิล

8) การรับรายได้จากการรับปรับแต่งเว็บไซต์ให้มีผลดีต่อการค้นหา (SEO หรือ Search Engine Optimization) การปรับแต่งเว็บไซต์ให้มีผลดีต่อการค้นหาจากเว็บไซต์ที่ให้บริการค้นหาเป็นเรื่องที่ซับซ้อนต้องอาศัยนักคอมพิวเตอร์ที่มีความเชี่ยวชาญในการปรับแต่ง ดังนั้นจึงมีอาชีพรับปรับแต่งเว็บไซต์ให้มีผลดีต่อการค้นหาเกิดขึ้นจึงถือว่าเป็นรายได้อย่างหนึ่ง

9) การรับรายได้จากเว็บไซต์ตัวแทนการขายสินค้าและบริการ (Affiliate Marketing) เจ้าของสินค้าหรือบริการจะนำเอาสินค้าหรือบริการมาลงในเว็บไซต์ที่เป็นสื่อกลางโดยจะมีตัวแทนการจำหน่ายนำเอาสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปทำการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายและตัวแทนดังกล่าวจะได้รับค่าตอบแทนในรูปแบบของค่าคอมมิชชั่น

10) การรับรายได้จากการให้บริการเกมออนไลน์ (Game Online) เกมออนไลน์เป็นอีกธุรกิจประเภทหนึ่งที่มีความนิยม โดยผู้ให้บริการจะพัฒนาเกมต่างๆขึ้นมาและเปิดให้ผู้เล่นเข้ามาเล่นเกมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยรายได้ของผู้ให้บริการจะมาจาก 2 รูปแบบ คือ 1) การคิดค่าบริการในรูปแบบของชั่วโมงในการเข้าเล่นเกม (Air time) และ 2) การขายไอเท็ม (Item Selling) ที่อยู่ในเกมต่างๆ

## 2.6 ทฤษฎีการปฏิบัติตามกฎหมายภาษี

การปฏิบัติตามกฎหมายภาษีหมายถึงการที่ผู้เสียภาษีดำเนินการตามข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเสียภาษี โดยครอบคลุมทั้งการคำนวณภาษี การยื่นแบบแสดงรายการภาษี และการชำระภาษีให้ถูกต้องและตรงตามกำหนดเวลา แนวคิดเรื่องการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบภาษีของทุกประเทศ เนื่องจากการที่ประชาชนและภาคธุรกิจให้ความร่วมมือในการชำระภาษีอย่างถูกต้องจะช่วยให้รัฐสามารถจัดเก็บรายได้เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การปฏิบัติตามภาษีของผู้เสียภาษีไม่ได้เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ แต่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้เสียภาษี

โดยทฤษฎีการปฏิบัติตามกฎหมายภาษี (Tax Compliance Theory) เป็นแนวคิดที่ช่วยอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามภาษีของผู้เสียภาษี โดยมีพื้นฐานมาจากศาสตร์หลายด้าน เช่น จิตวิทยา เศรษฐศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ซึ่งทำให้สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้เสียภาษีในมิติต่างๆ ได้อย่างครอบคลุม ในเชิงจิตวิทยา ปัจจัยด้านเจตคติและการรับรู้ของผู้เสียภาษีมักมีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติตามกฎหมายภาษี เช่น หากผู้เสียภาษีมีความเชื่อว่าระบบภาษีมีความเป็นธรรมและรัฐใช้เงินภาษีอย่างมีประสิทธิภาพ ก็มีแนวโน้มที่จะให้ความร่วมมือในการชำระภาษีมากขึ้น ในทางกลับกัน หากมีการรับรู้ว่าการเสียภาษีไม่เป็นธรรม อัตราภาษีสูงเกินไป หรือมีการใช้จ่ายงบประมาณของภาครัฐอย่างไร้ประสิทธิภาพ ผู้เสียภาษีอาจมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงภาษีหรือเลี่ยงการยื่นแบบแสดงรายการภาษี (James & Alley, 2002) ซึ่งสามารถแบ่งเป็นหลายมิติได้ดังต่อไปนี้

มิติด้านเศรษฐศาสตร์ ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (Behavioral Economics) ซึ่งให้เห็นว่า ผู้เสียภาษีตัดสินใจปฏิบัติตามกฎหมายโดยพิจารณาจากต้นทุนและผลประโยชน์ที่ได้รับ ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงในการถูกตรวจสอบและลงโทษหากไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย โดยทั่วไป หากอัตราการตรวจสอบของกรมสรรพากรสูง และบทลงโทษสำหรับการหลีกเลี่ยงภาษีมีความรุนแรง ผู้เสียภาษีมักจะมีแนวโน้มปฏิบัติตามมากขึ้น ในขณะที่หากโอกาสถูกตรวจสอบต่ำ หรือ บทลงโทษไม่รุนแรง ผู้เสียภาษีบางส่วนอาจเลือกที่จะหลีกเลี่ยงหรือเลี่ยงภาษี

มิติสังคมศาสตร์ พฤติกรรมการเสียภาษีของประชาชนได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคม เช่น ค่านิยมทางสังคม ความกดดันจากกลุ่มคนรอบข้าง และบรรทัดฐานทางสังคม ตัวอย่างเช่น ในสังคมที่ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเสียภาษีอย่างถูกต้อง ผู้ประกอบการหรือบุคคลทั่วไปอาจรู้สึกว่าคุณภาพชีวิตที่ต้องทำตามแนวปฏิบัตินั้น อย่างไรก็ตาม หากในสังคมมีการแพร่หลายของพฤติกรรมเลี่ยงภาษี ผู้เสียภาษีบางรายอาจมองว่าการไม่ปฏิบัติตามเป็นเรื่องปกติและไม่จำเป็นต้องทำตามกฎหมาย

จึงสามารถกล่าวได้ว่า ทฤษฎีการปฏิบัติตามกฎหมายช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมของผู้เสียภาษี ซึ่งรวมถึงปัจจัยด้านจิตวิทยา เศรษฐศาสตร์ และสังคม การนำแนวคิดนี้ไปใช้ในการออกแบบนโยบายภาษีสามารถช่วยให้ภาครัฐพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการ ส่งเสริมการปฏิบัติตามภาษี เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับภาษี การเพิ่มความโปร่งใสของการใช้จ่ายงบประมาณภาครัฐ และการกำหนดมาตรการลงโทษที่เหมาะสมเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้เสียภาษี ปฏิบัติตามกฎหมายภาษีได้ดียิ่งขึ้น

สำหรับองค์ประกอบของการปฏิบัติตามกฎหมายภาษี ผู้ศึกษาสามารถสรุปการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีสามารถแบ่งองค์ประกอบได้ดังนี้:

1) องค์ประกอบด้านความรู้และการรับรู้เกี่ยวกับภาษี (Tax Knowledge and Awareness) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทของภาษี วิธีการคำนวณภาษี และขั้นตอนการยื่นภาษี ส่วนมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้ผู้เสียภาษีปฏิบัติตามกฎหมาย (Kirchler, 2007) การศึกษาพบว่าผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับภาษีมักมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้น เนื่องจากเข้าใจถึง ประโยชน์ของภาษีและผลเสียของการหลีกเลี่ยง (Richardson & Sawyer, 2001)

2) องค์ประกอบด้านทัศนคติและการยอมรับต่อการเสียภาษี (Attitudes towards Tax Compliance) ทัศนคติที่ดีต่อการเสียภาษีมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการปฏิบัติตาม ผู้เสียภาษีที่

มองว่าภาษีเป็นหน้าที่และมีประโยชน์ในการพัฒนาสังคมมีแนวโน้มที่จะยินดีปฏิบัติตามมากกว่าผู้ที่มองว่าภาษีเป็นภาระ (Braithwaite, 2009) การให้ความรู้และสร้างความเข้าใจถึงบทบาทของภาษีช่วยเพิ่มทัศนคติเชิงบวกในกลุ่มผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไป

3) องค์ประกอบด้านการรับรู้ความเสี่ยงและการถูกลงโทษ (Perception of Risk and Penalties) ผู้เสียภาษีมักจะปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้นเมื่อรับรู้ว่ามีความเสี่ยงในการถูกลงโทษ เช่น การเสียค่าปรับหรือการถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย การรับรู้ถึงความเสี่ยงนี้ส่งผลต่อพฤติกรรมการเสียภาษีในทางบวก ซึ่งมีการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการเข้มงวดในการตรวจสอบและการลงโทษที่ชัดเจนช่วยลดปัญหาการเลี่ยงภาษี (Allingham & Sandmo, 1972; Slemrod & Yitzhaki, 2002)

4) องค์ประกอบด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติตาม (Motivational Factors) การปฏิบัติตามกฎหมายภาษีได้รับอิทธิพลจากแรงจูงใจที่หลากหลาย เช่น แรงจูงใจจากความต้องการเป็นส่วนหนึ่งในสังคม (Social Motivation) และแรงจูงใจด้านภาวะเศรษฐกิจส่วนตัว (Economic Motivation) ซึ่งผู้เสียภาษีที่มีแรงจูงใจเชิงบวกมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามมากกว่า (Deci & Ryan, 1985)

5) องค์ประกอบด้านความโปร่งใสและการสื่อสารจากภาครัฐ (Government Transparency and Communication) การให้ข้อมูลและการสื่อสารที่ชัดเจนจากภาครัฐเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีช่วยสร้างความเชื่อมั่นในระบบภาษีและเพิ่มความยินดีในการปฏิบัติตาม การเปิดเผยข้อมูลและการรายงานการใช้จ่ายจากภาษีช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจจากประชาชน (James & Alley, 2002)

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิชดา นาราทรัพย์ (2558) ทำการศึกษาเรื่องปัญหาการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาการซื้อขายสินค้าที่มีรูปร่างผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการจดทะเบียนในราชอาณาจักร พบว่า สาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากบทบัญญัติกฎหมายตามประมวลรัษฎากรนั้นยังบัญญัติไว้ไม่ครอบคลุมหรือไม่ชัดเจน ทำให้ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อีกเป็นจำนวนมากไม่ได้เข้าสู่ระบบการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มอย่างถูกต้อง จึงก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในเรื่องของราคาสินค้าซึ่งมาจากแหล่งที่มาที่แตกต่างกัน ระหว่างการซื้อขายสินค้าตามร้านค้าทั่วไปกับการซื้อขายสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กล่าวคือการซื้อขายสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีราคาต่ำกว่าเนื่องจากไม่ได้คิดคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่มรวมอยู่ด้วย ซึ่งขัดกับหลักความเป็นธรรมในการจัดเก็บภาษี อีกทั้งวิธีปฏิบัติในระบบการจัดเก็บภาษีอากรยังเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ กล่าวคือยังไม่อำนวยความสะดวก หรือความรวดเร็วให้กับผู้เสียภาษีและในแง่ของ

เจ้าหน้าที่ผู้จัดเก็บภาษีอากรก็ยังไม่มียุทธศาสตร์ตรวจสอบการหนีภาษีได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งขัดกับหลักความมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษี นอกจากนี้เมื่อระบบการจัดเก็บภาษีไร้ซึ่งประสิทธิภาพย่อมก่อให้เกิดการบิดเบือนต่อการตัดสินใจในการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจของผู้เสียภาษีเพิ่มขึ้น จึงขัดกับหลักความมีประสิทธิภาพในทางเศรษฐกิจอีกด้วย

ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์ และจักริน วชิรเมธิน (2560) ทำการศึกษาเรื่องภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถือเป็นผู้มีเงินได้พึงประเมินมีสิทธิและหน้าที่ต้องชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเช่นเดียวกับผู้ประกอบการทั่วไป หากผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังไม่มีความรู้เรื่องภาษีที่ดีพอหรือมีความรู้เพียงเล็กน้อย อาจทำให้ผู้ประกอบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผิดพลาด ยื่นภาษีไม่ครบถ้วน ไม่ตรงเวลา หรือไม่ยื่นภาษีเลยเพราะไม่ทราบว่าตนเองมีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อันส่งผลให้ ผู้ประกอบการต้องชำระภาษี เบี้ยปรับ และเงินเพิ่มที่ถือเป็นต้นทุนเพิ่มที่ไม่จำเป็นของผู้ประกอบการก็ได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการทั้งที่เคยค้าขายอยู่เดิมแล้วหันมาเพิ่มช่องทางการค้าขายบนอินเทอร์เน็ต และผู้ประกอบการรายใหม่ที่ไม่มีสถานประกอบการมาก่อน แต่ประกอบกิจการบนอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว ควรจะศึกษาหาความรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายภาษีอากร สำหรับผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ดี เพื่อจะได้ปฏิบัติตามในการเป็นผู้เสียภาษีอากรที่ดีต่อไป

วรวิทย์ ศิริมหาพฤกษ์ (2560) ทำการศึกษาเรื่องการตรวจสอบภาษีเกี่ยวกับธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าการตรวจสอบภาษีอากรตามกฎหมายไทยเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศหลายฉบับ ซึ่งที่สำคัญประกอบด้วยมาเลเซีย ฮ่องกง ออสเตรเลีย และสิงคโปร์ พบว่ากฎหมายของต่างประเทศให้อำนาจเจ้าพนักงานในการตรวจสอบหลักฐานที่เป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ไว้ชัดเจน และสามารถขอให้บุคคลที่ครอบครองดูแลอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ให้รหัสผ่าน หรือทำให้เจ้าพนักงานเข้าถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ รวมถึงให้อำนาจในการคัดลอกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นได้โดยถือว่าเป็นพยานหลักฐานเช่นเดียวกับพยานเอกสาร ตลอดจนการขอข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ได้ และมีข้อเสนอให้ปรับปรุงแก้ไขประมวลรัษฎากร เพื่อรองรับกระบวนการตรวจสอบภาษีอากรในธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับพยานหลักฐานเอกสาร บัญชี บันทึก หรือข้อมูลอื่นใดที่จัดเก็บอยู่ในรูปของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับข้อเสนอแนะขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) โดยข้อเสนอแนะด้านกฎหมาย ได้แก่ 1) การเข้าถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ 2) การยึดหรืออายัดเอกสารที่เป็นข้อมูล

อิเล็กทรอนิกส์ 3) การถอดรหัสข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ 4) อำนาจในการขอข้อมูลเพิ่มเติม 5) หน้าที่ของผู้เสียหายอากร โดยให้อำนาจเจ้าพนักงานกระทำได้เพียงเท่าที่จำเป็น รวมถึงข้อเสนอแนะด้านอื่น ๆ ได้แก่ 1) การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางภาษีอากร (Tax Information Exchange) 2) ปรับปรุงระบบการเสียหายอากร 3) พัฒนาทักษะของพนักงานเจ้าหน้าที่ และ 4) สร้างความตระหนักแก่ผู้เสียหายอากร

บุญกร มุสิกโก (2562) ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการซึ่งขายสินค้าออนไลน์ที่เกิดจากการรายงานข้อมูลของบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะ : ศึกษากรณีผู้มีเงินได้เป็นบุคคลธรรมดา พบว่ามีผู้ประกอบการที่ได้รับหมายเรียกจากเจ้าพนักงานประเมินเนื่องจากไม่เสียหายหรือเสียหายไม่ถูกต้องครบถ้วน อันเนื่องมาจากการดูรายงานข้อมูลทางธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งถือว่าได้ว่าเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการรายงานข้อมูลทางธุรกรรมทางธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะคิดเป็นร้อยละ 46.67 (21 ราย) จากจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 47 ราย และคิดเป็น 5.07% ของผู้ประกอบการทั้งหมด 414 คน จึงสรุปได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้รับผลกระทบจากการรายงานข้อมูลทางธุรกรรมทางธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ และตัวแปรที่ทำให้ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบจากการรายงานข้อมูลทางธุรกรรมทางธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ ได้แก่ 1) การจดทะเบียนพาณิชย์, 2) การมีหลักแหล่งของกิจการ, 3) ช่องทางหรือแพลตฟอร์มที่ใช้ในการซื้อขายสินค้า, 4) รูปแบบบัญชีธนาคาร, 5) การที่ช่วงก่อนปี พ.ศ.2562 ผู้ประกอบการได้รับการติดต่อจากเจ้าพนักงานประเมินภาษีหรือไม่ได้รับการติดต่อ 6) การที่ผู้ประกอบการเคยได้รับการร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าหรือไม่เคยได้รับการร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้า นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่ได้รับหมายเรียกจากเจ้าพนักงานประเมินเนื่องจากไม่เสียหายหรือเสียหายไม่ถูกต้องครบถ้วน แล้วส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีการขายสินค้าด้วยการเพิ่มราคาสินค้าขึ้น เพื่อชดเชยภาษีที่เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากการดูรายงานข้อมูลทางธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ ร้อยละ 28.57 จากผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจำนวน 21 คน และ คิดเป็นร้อยละ 1.45 จากผู้ประกอบการทั้งหมด 414 คน จึงสรุปได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้รับผลกระทบต่อรายได้จากการรายงานข้อมูลทางธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ

พิมพ์ชนก ยิ้มยลยศ (2565) ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์อิสระ ในเขตกรณีศึกษาดึงชัน กรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการชำระภาษี ของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์อิสระที่แตกต่างกัน ส่วนเพศและสถานภาพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการชำระ ภาษีที่ไม่แตกต่าง

กัน โดยมีข้อเสนอแนะ ควรศึกษาต่อขอหาแนวทางในการรับมือผู้ที่ไม่มาชำระภาษีให้ถูกต้องตาม กฎหมายและใช้ระบบการตรวจสอบการหนีภาษีที่เป็นระบบและเชื่อถือได้ เพื่อให้เกิดความเป็น ธรรมและความเท่าเทียมกันในกลุ่มผู้ประกอบการที่มาชำระภาษีอย่างถูกต้องกฎหมาย

จอมเดช ตรีเมฆ, ศศิภัทรา ศิริวาโท, รัชกร ธิติลักษณ์, รสธร ผู้บรรเทิง และวีรญา อังศุทธาวริน (2567) ทำศึกษาเรื่องแนวทางในการพัฒนา และการแก้ไขกฎหมายการขายสินค้า และ บริการทางออนไลน์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของผู้ ประกอบธุรกิจการขายสินค้า และบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย และเพื่อศึกษาปัญหาการ การบังคับใช้กฎหมายการขายสินค้า และบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย และเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา และแก้ไขกฎหมายการขายสินค้า และบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ด้วยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทั้งหมด 17 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก คือเป็นผู้บริหารในหน่วยงานภาครัฐ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ผลการวิจัยพบว่า ปัญหา และอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ใน ประเทศไทย ได้แก่ ปัญหาด้านผู้ประกอบการออนไลน์ ออนไลน์ ซึ่งรัฐไม่รู้ตัวตน หรือไม่สามารถ ระบุตัวตนของผู้ขายได้, ปัญหาด้านการคุ้มครองข้อมูลของผู้บริโภค, ปัญหาด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค, ปัญหาการจดทะเบียนธุรกิจออนไลน์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย, ปัญหาการดำเนินคดีของ ผู้เสียหาย และการติดตามผู้กระทำผิด, ปัญหาการขาดการส่งเสริม และสนับสนุนจากภาครัฐ, และปัญหาการขาดความเชื่อมั่นของผู้บริโภคสินค้า และบริการของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ใน ส่วนของปัญหาการบังคับใช้กฎหมายการขายสินค้า และบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย ได้แก่ ปัญหาความเข้าใจเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ และช่องว่างทางกฎหมาย เกี่ยวกับบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในต่างประเทศ ในส่วนของแนวทางในการพัฒนา และแก้ไขกฎหมาย การขายสินค้า และบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนในการ พัฒนา และสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์กลางที่เป็นของประเทศไทย, ภาครัฐควรดำเนินการยกเว้น ภาษีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในระยะเริ่มแรก, ภาครัฐควรดำเนินการจัดตั้งหน่วยงาน เฉพาะที่กำกับดูแลการซื้อขายสินค้า และบริการออนไลน์ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การทำ ธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์, ปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการกระทำ ความผิดการหนีภาษีออนไลน์ และสำนักงานตำรวจแห่งชาติควรพัฒนาปรับปรุงระบบการแจ้งความ ออนไลน์ที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้า และบริการออนไลน์

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการวิจัย

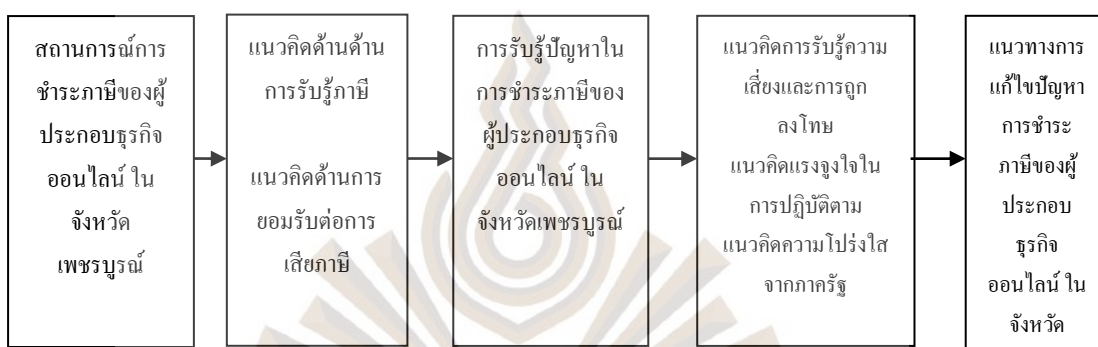
ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษาความเข้าใจในการชำระภาษีของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความเข้าใจของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ เกี่ยวกับการชำระภาษี ปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ เกี่ยวกับการชำระภาษี และศึกษาแนวทางการทำความเข้าใจที่ถูกต้องเหมาะสมในการชำระภาษีของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยแบ่งระเบียบวิธีวิจัยออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

#### 3.1 รูปแบบการดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการศึกษาวิเคราะห์จากเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีต่างๆ (Documentary Research) ที่เกี่ยวข้องกับประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือการขายสินค้าออนไลน์ ตลอดจนแนวทางการชำระภาษีอากรที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ของประเทศ การศึกษานี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามภาษีของผู้ประกอบการออนไลน์ โดยมีคำถามการวิจัยหลักคือ “ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตามภาษีของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ และแนวทางการพัฒนาระบบภาษีที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร” ซึ่งนำไปสู่การพิจารณาด้านความรู้และการรับรู้เกี่ยวกับภาษีของผู้ประกอบการว่ามีมากน้อยเพียงใดและส่งผลกระทบต่อภาษีหรือไม่ รวมถึงทัศนคติของผู้ประกอบการต่อภาษีที่อาจเป็นทั้งในแง่บวกและลบซึ่งมีผลต่อการยอมรับและการปฏิบัติตามกฎหมายภาษี นอกจากนี้ การรับรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงและบทลงโทษที่เกี่ยวข้องก็เป็นปัจจัยสำคัญที่อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามภาษีมากขึ้นหากพวกเขาได้รับรู้ถึงมาตรการบังคับใช้ที่เข้มงวด ในขณะที่แรงจูงใจในการปฏิบัติตามก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ควรพิจารณา ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจภายใน เช่น ค่านิยมทางศีลธรรม และแรงจูงใจภายนอก เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษีหรือมาตรการสนับสนุนจากรัฐ สุดท้ายนี้ ระดับความโปร่งใสและการสื่อสารจากภาครัฐเกี่ยวกับภาษีถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดความสับสนและทำให้

ผู้ประกอบการมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อบังคับภาษี ซึ่งทั้งหมดนี้จะถูกนำมาวิเคราะห์และอภิปรายผลเพื่อให้สามารถเสนอแนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อภาครัฐ ผู้ประกอบการ และสังคมโดยรวม เพื่อพัฒนาระบบภาษีที่เหมาะสมกับบริบทของการค้าขายออนไลน์และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีในอนาคต

### 3.1.1 กรอบแนวคิดและแนวทางการดำเนินการวิจัย



รูปที่ 3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### 3.2 ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ

การศึกษานี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและครอบคลุมมิติที่สำคัญของประเด็นการศึกษาด้านภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกที่ชัดเจนและเหมาะสมกับบริบทของปัญหา กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์จำนวน 15 ท่าน นักวิชาการจากกรมสรรพสามิต 2 ท่าน นักวิชาการจากกรมสรรพากร 2 ท่าน และนักการเมือง 1 ท่าน รวมทั้งหมด 20 ท่าน ซึ่งล้วนเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการชำระภาษีของธุรกิจออนไลน์และมีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางการบังคับใช้กฎหมาย รวมถึงการให้คำแนะนำเชิงนโยบายและการบริหารจัดการด้านภาษีอากร

ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างหลักของการศึกษา เนื่องจากพวกเขาเป็นผู้ที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายภาษีโดยตรง จึงสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์จริงในการชำระภาษี ปัญหาอุปสรรคที่พบเจอ รวมถึงทัศนคติ

และปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีของภาคธุรกิจออนไลน์ นักวิชาการจากกรมสรรพสามิตและกรมสรรพากรเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษีที่สามารถให้ข้อมูลเชิงนโยบาย กฎหมาย และแนวทางการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีจากธุรกิจออนไลน์ นอกจากนี้ พวกเขายังมีบทบาทสำคัญในการให้คำปรึกษาและสนับสนุนมาตรการส่งเสริมการเสียภาษีที่มีประสิทธิภาพ ขณะที่นักการเมืองที่เข้าร่วมเป็นผู้ให้ข้อมูลจะสามารถสะท้อนมุมมองเชิงนโยบายและทิศทางของการปรับปรุงกฎหมายและข้อกำหนดเกี่ยวกับภาษีให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจออนไลน์

การเลือกผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้จึงมีความสำคัญอย่างมาก เพราะช่วยให้การศึกษาสามารถเข้าถึงข้อมูลที่มีความถูกต้องและครอบคลุมทุกมิติที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามภาษีของธุรกิจออนไลน์ ทั้งจากมุมมองของผู้ประกอบการที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายภาษี มุมมองของนักวิชาการและหน่วยงานรัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแล และมุมมองเชิงนโยบายจากนักการเมือง ซึ่งจะทำให้สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตามภาษีได้อย่างครบถ้วนและลึกซึ้ง นอกจากนี้ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจะถูกนำมาจัดทำบทสรุปเพื่อเสนอแนะวิธีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการชำระภาษีที่เหมาะสม และแนวทางพัฒนานโยบายภาษีที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรมสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์และพื้นที่อื่น ๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงกัน

### 3.3 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

#### 3.3.1 ขั้นตอนในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 2 เดือน ระหว่างเดือนธันวาคม 2566 ถึง เดือนมกราคม 2567 มีขั้นตอนดังนี้

1) ศึกษาค้นคว้าเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พฤติกรรมผู้บริโภค โครงสร้างพื้นฐานของการค้าออนไลน์ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าออนไลน์ และการจัดเก็บภาษี

2) การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant Interview) ประกอบด้วย เป็นผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์ 15 ท่าน กรมสรรพสามิต 2 ท่าน กรมสรรพากร 2 ท่านนักการเมือง 1 ท่าน รวมเป็น 20 ท่าน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interviews) ในการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยกับผู้ให้ข้อมูล รวมทั้งขอ

อนุญาตในการจดบันทึกและบันทึกเสียง โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ใช้เวลาในการสัมภาษณ์คนละประมาณ 30 นาที

3) วิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปในการวิจัย ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เป็นการบรรยาย (Descriptive) ที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม แล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

### 3.3.2 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

ตั้งแต่ เดือน กันยายน 2566 - เดือน มีนาคม 2567 (7 เดือน)

## 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instrument) คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นแบบมีโครงสร้างหรือการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Structured Interview or Formal Interview) เป็นลักษณะของการสัมภาษณ์ที่มีคำถามและข้อกำหนดกรอบชัดเจน โดยใช้คำถามเดียวกันกับทุกคน ซึ่งแนวคำถามของแบบสัมภาษณ์ได้มาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาสร้างแนวคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

สำหรับการหาคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ในการศึกษาครั้งนี้ มีการตรวจสอบเครื่องมือผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่สร้างขึ้นดังกล่าว ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยง (Validity) แล้วนำมาแก้ไขเพื่อให้ได้ เครื่องมือที่มีความเที่ยงตรง สามารถที่จะวัดในสิ่งที่จะวัดได้และนำมาใช้ในการตอบวัตถุประสงค์การศึกษา

## 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

- 1) จัดทำแบบประเด็นแบบสัมภาษณ์ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2) ทำหนังสือขออนุญาตสัมภาษณ์ไปยังต้นสังกัดในหน่วยงานต่างๆของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล โดยแนบเอกสาร โครงร่างการวิจัย และแบบสัมภาษณ์

3) นัดหมายประสานงานกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 10 คน โดยกำหนดวันเวลาและสถานที่ตามที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสะดวก ทั้งการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Interview) และการสัมภาษณ์ทางระบบ Online (ผ่าน โปรแกรม Zoom)

4) ระหว่างดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จะมีการขออนุญาตบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์

5) เมื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยจะจัดทำบันทึกส่งให้กับผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งก่อน

6) นำไฟล์บันทึกเสียงมาถอดเทปสัมภาษณ์เป็นเรียงความ และจัดหมวดหมู่และจำแนกข้อมูลตามประเด็นวัตถุประสงค์ในการวิจัย และจัดทำรายงานบทสรุปการสัมภาษณ์

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลและเนื้อหา (Content Analysis) จากการรวบรวมข้อมูลทุกขุม โดยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และจากข้อมูลปฐมภูมิ ทั้งนี้ในการตรวจสอบข้อมูลความถูกต้อง ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ด้วยการตรวจสอบข้อมูลกับเจ้าของข้อมูล ว่าถูกต้อง สมบูรณ์และเป็นไปตามทัศนคติของเจ้าของข้อมูลว่าถูกต้องหรือไม่อย่างไร

### 3.7 การนำเสนอข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปในการวิจัย ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เป็นการบรรยาย (Descriptive) ที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ แล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มีขั้นตอน 3 ส่วน ดังนี้

1) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการรวบรวมข้อมูลทุกขุมจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีไม่มีส่วนร่วม แล้วก็นำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อให้เห็นภาพของปรากฏการณ์ที่ศึกษาอย่างเป็นองค์รวม โดยมีการแยกประเภทและจัดหมวดหมู่ของข้อมูล (Categories)

2) วิเคราะห์แบบของความหมาย (Meaning of Pattern) ปรัชญาการณที่ค้นพบ  
วิเคราะห์ลักษณะ โครงสร้าง (Structure Feature) แปลความหมายของปรัชญาการณ (Interpret)  
เพื่อนำไปสู่การเรียบเรียงระบบข้อมูลใหม่อีกครั้ง (Organize the Data)

สรุปข้อค้นพบ (Conclusions) เชื่อมโยงแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบในการศึกษา  
สำหรับการตอบวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อ สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหานั้นจะนำไปพรรณนาและ  
วิเคราะห์ปรัชญาการณเพื่อตอบประเด็นการศึกษาที่กำหนดไว้ข้างต้น



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาความเข้าใจในการชำระภาษีของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความเข้าใจของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์เกี่ยวกับการชำระภาษี ปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์เกี่ยวกับการชำระภาษี และศึกษาแนวทางการทำความเข้าใจที่ถูกต้องเหมาะสมในการชำระภาษีของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญเป็นผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์ 15 ท่าน นักวิชาการกรมสรรพสามิต 2 ท่าน นักวิชาการกรมสรรพากร 2 ท่าน นักการเมือง 1 ท่าน รวมเป็น 20 ท่าน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 4.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเสียภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์

##### 4.1.1 ความรู้ และการรับรู้เกี่ยวกับภาษี (Tax Knowledge and Awareness)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยความรู้และการรับรู้เกี่ยวกับภาษี (Tax Knowledge and Awareness) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเสียภาษีของผู้ประกอบการออนไลน์ส่วนใหญ่ ผู้ตอบหลายคนขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการเสียภาษี วิธีการคำนวณภาษี รวมถึงการจัดเตรียมเอกสารรายรับรายจ่าย ทำให้เกิดความลังเลและความผิดพลาดในการดำเนินการ แม้ว่าผู้ตอบบางรายจะพยายามศึกษาข้อมูลด้วยตนเอง แต่ข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งต่างๆ ยังไม่ชัดเจนและไม่ครอบคลุม ส่งผลให้เกิดความสับสนในการดำเนินงาน โดยมีการให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ปัจจุบันเริ่มนำเงินเข้าระบบบริษัทเป็นหลัก และทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายทุกวัน เพื่อที่จะชำระภาษีให้ถูกต้อง ในปี 2567 โดยความรู้ที่ได้มาจากการศึกษาด้วยตนเอง และยังมีบางส่วนที่ไม่ค่อยเข้าใจ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษี

ไม่ได้มีการแนะนำแต่อย่างใด” (คนที่ 1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กุมภาพันธ์ 2567)

“ช่วงแรกไม่ทราบ แต่ตอนนี้ทราบแล้ว แต่ยังไม่เข้าใจทั้งหมดเพราะมีหลายขั้นตอนมากเกินไป กำลังศึกษาข้อมูลเพื่อที่จะเสียภาษีให้ถูกต้อง ไม่ค่อยมีหน่วยงานแนะนำ” (คนที่ 2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กุมภาพันธ์ 2567)

“เราเป็นบุคคลผู้มีรายได้ จึงไม่ควรหลีกเลี่ยงการจ่ายภาษีในแต่ละปี เพื่อจะได้ไม่ให้เกิดเหตุการณ์ โดนค่าปรับจากการเรียกเก็บภาษีย้อนหลัง เพราะฉะนั้นจึงทำให้ถูกต้องและชำระตามปกติทุกเดือนทุกปี แต่จะมีบางกรณี ที่เราจะต้องส่งบไม่ตรงกับยอดซื้อขายจริง เช่น คู่ค้า ไม่สามารถออกใบเสร็จ/ใบกำกับภาษี ในการซื้อได้ ทำให้ไม่มีหลักฐานในการหักค่าใช้จ่าย หรือ บางทีลูกค้าซื้อเหอะนำเงินสดมา ให้เราไปซื้อต่อก็ต้องนำเงินสดไปจ่าย กรณีนี้จะไม่ได้นำเข้าระบบบริษัท ว่ามีการซื้อขาย เพราะ ทางผู้ขายก็ไม่สามารถออกหลักฐานการรับเงินให้เราได้ ทำให้ไม่มีหลักฐานในการจ่าย” (คนที่ 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 มีนาคม 2567)

“ได้ปรึกษานักบัญชี และจ้างพนักงานบัญชี เข้ามาทำเอกสารต่างๆ เพื่อที่จะชำระภาษีให้ถูกต้อง แต่ส่วนตัวก็ยังไม่มีความรู้แม่นยำมาก ยังต้องศึกษาอีกหลายอย่าง” (คนที่ 4, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 มีนาคม 2567)

“ผมทราบว่าการขายของออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ผมไม่เคยได้รับข้อมูลหรือคำแนะนำที่ชัดเจนว่าต้องเริ่มอย่างไร และควรยื่นเสียภาษีแบบไหน ผมเคยลองหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตแต่ก็ยังไม่เข้าใจว่าต้องแยกภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่มอย่างไร” (คนที่ 6, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 เมษายน 2567)

“ฉันทราบว่าผู้ประกอบการออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่รู้สึกว่าจะมีความสับสนว่าควรเสียภาษีแบบไหน ฉันเคยสอบถามเจ้าหน้าที่สรรพากรผ่านเพื่อน แต่ก็ยังรู้สึกว่าขั้นตอนค่อนข้างซับซ้อน เลยตัดสินใจรอให้มีรายได้สูงกว่านี้ก่อนค่อยดำเนินการ” (คนที่ 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 เมษายน 2567)

“ผมเคยได้ยินว่าผู้ประกอบการออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ยังไม่เคยได้รับคำแนะนำหรือข้อมูลชัดเจนว่าต้องดำเนินการอย่างไร ทำให้ผมไม่ได้เสียภาษีตามระบบ” (คนที่ 8, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 พฤษภาคม 2567)

“ฉันทราบว่าการขายของออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งต่างๆ ไม่ชัดเจน ทำให้ไม่แน่ใจว่าต้องเริ่มต้นอย่างไรและต้องยื่นเอกสารอะไรบ้าง ฉันเคยลองศึกษาผ่านอินเทอร์เน็ตแต่ก็ยังไม่เข้าใจทั้งหมด” (คนที่ 9, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 พฤษภาคม 2567)

“ฉันทราบว่าผู้ประกอบการออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่รู้สึกว่าจะมีความสับสนว่าควรเสียภาษีแบบไหน ฉันเคยสอบถามเจ้าหน้าที่สรรพากรผ่านเพื่อน แต่ก็ยังรู้สึกว่าขั้นตอนค่อนข้างซับซ้อน เลยตัดสินใจรอให้มีรายได้สูงกว่านี้ก่อนค่อยดำเนินการ นอกจากนี้ฉันเคยได้ยินว่าการยื่นภาษีออนไลน์ต้องมีการจัดเตรียมเอกสารจำนวนมาก จึงทำให้รู้สึกกลัวและไม่อยากยุ่งเกี่ยว” (คนที่ 10, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 พฤษภาคม 2567)

“ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่บางครั้งการยื่นภาษิล่าช้าหรือไม่ครบถ้วน เพราะไม่แน่ใจในวิธีการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่ายที่สามารถนำมาลดหย่อนได้” (คนที่ 11, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 พฤศจิกายน 2567)

“ฉันทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ที่ไม่ได้ยื่นทุกปีเพราะไม่แน่ใจว่าต้องคำนวณภาษีอย่างไร รวมถึงการจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายยังไม่มีระบบที่ชัดเจน ทำให้เกิดความกังวลในการยื่นภาษี” (คนที่ 12, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2567)

“ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่บางครั้งไม่ได้ยื่นเนื่องจากไม่มีความรู้เรื่องการคำนวณภาษีและขั้นตอนการยื่น อีกทั้งไม่มีระบบจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายที่เป็นระเบียบ ทำให้ไม่มั่นใจในการยื่นภาษีด้วยตัวเอง” (คนที่ 13, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 พฤศจิกายน 2567)

“ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ไม่ได้ยื่นทุกปีเพราะขาดความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและการจัดทำเอกสารรายรับรายจ่าย ทำให้กลัวว่าจะคำนวณผิดพลาดหรือยื่นเอกสารไม่ครบถ้วน” (คนที่ 14, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 พฤศจิกายน 2567)

“ผมทราบว่าประกอบธุรกิจออนไลน์ต้องเสียภาษี เนื่องจากมีรายได้จากการขายสินค้า แต่ในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจผมยังไม่ได้ชำระภาษีอย่างถูกต้อง เนื่องจากยังไม่เข้าใจขั้นตอนการยื่นภาษีออนไลน์และการคำนวณภาษี ในตอนนั้นผมไม่ได้ให้ความสำคัญกับการทำภาษี” (คนที่ 15, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 ธันวาคม 2567)

#### 4.1.2 ทักษะคิด และการยอมรับ ต่อการเสียภาษี (Attitudes towards Tax Compliance)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการบางรายมีความลังเลที่จะปฏิบัติตาม เนื่องจากมองว่าขั้นตอนในการยื่นภาษีมีความซับซ้อนและยุ่งยาก อีกทั้งรายได้ที่ได้รับยังไม่สูงมากนัก ทำให้เกิดความคิดว่าการเสียภาษียังไม่จำเป็นในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อทัศนคติที่จะชะลอการยื่นภาษีออกไป โดยมีการให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ฉันทราบว่าผู้ประกอบการออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่รู้สึกว่ายังมีความสับสนว่าควรเสียภาษีแบบไหน ฉันเคยสอบถามเจ้าหน้าที่สรรพากรผ่านเพื่อน แต่ก็ยังรู้สึกว่าขั้นตอนค่อนข้างซับซ้อน เลยตัดสินใจรอให้มีรายได้สูงกว่านี้ก่อนค่อยดำเนินการ” (คนที่ 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 เมษายน 2567)

“ฉันทราบว่าผู้ประกอบการออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่รู้สึกว่ายังมีความสับสนว่าควรเสียภาษีแบบไหน ฉันเคยสอบถามเจ้าหน้าที่สรรพากรผ่านเพื่อน แต่ก็ยังรู้สึกว่าขั้นตอนค่อนข้างซับซ้อน เลยตัดสินใจรอให้มีรายได้สูงกว่านี้ก่อนค่อยดำเนินการ นอกจากนี้ฉันเคยได้ยินว่าการยื่นภาษีออนไลน์ต้องมีการจัดเตรียมเอกสารจำนวนมาก จึงทำให้รู้สึกกลัวและไม่อยากยุ่งเกี่ยว” (คนที่ 10, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 พฤษภาคม 2567)

#### 4.1.3 การรับรู้ความเสี่ยง และการถูกลงโทษ (Perception of Risk and Penalties)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่าการรับรู้ความเสี่ยง และการถูกลงโทษ มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้ตอบหลายคน โดยผู้ที่เริ่มเสียภาษีส่วนใหญ่ได้รับแรงกระตุ้นจากข่าวสารเกี่ยวกับการตรวจสอบย้อนหลังของหน่วยงานรัฐ หรือได้รับคำเตือนจากเจ้าหน้าที่สรรพากร ทำให้เกิดความกังวลว่าจะถูกเรียกเก็บภาษีย้อนหลังและต้องเสียค่าปรับในอัตราสูง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ตอบเริ่มตัดสินใจปฏิบัติตามกฎหมาย โดยมีการให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ช่วงแรกไม่ทราบเลย ไม่เคยชำระภาษี จนกระทั่งเริ่มมีข่าวการเก็บภาษีย้อนหลัง เริ่มมีคน โคนเรียกตรวจสอบบัญชีจากการมสรรพากร เลยไปศึกษาข้อมูล เพราะถ้าโดนย้อนหลังจะ โคนหลายเท่า ปัจจุบันเริ่มนำเงินเข้าระบบบริษัทเป็นหลัก และทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายทุกวัน เพื่อที่จะชำระภาษีให้ถูกต้อง ในปี 2567 โดยความรู้ที่ได้มาจากการศึกษาด้วยตนเอง และยังมีบางส่วนที่ไม่ค่อยเข้าใจ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีไม่ได้มีการแนะนำแต่อย่างใด” (คนที่ 1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กุมภาพันธ์ 2567)

“ช่วงแรกไม่ทราบ ไม่มีความรู้ในการเสียภาษีเลย หลังๆ ยอดเยอะขึ้นต้องเสีย เพราะสรรพากรตรวจเช็คย้อนหลัง หากมีเงินได้เกิน 120,000 ต่อปี จำเป็นต้องยื่นภาษี และเก็บเอกสารทุกใบ ไว้เพื่อลดหย่อน เราเป็นบุคคลผู้มีรายได้ จึงไม่ควรหลีกเลี่ยงการจ่ายภาษีในแต่ละปี เพื่อจะได้ไม่ให้เกิดเหตุการณ์ โคนค่าปรับจากการเรียกเก็บภาษีย้อนหลัง เพราะฉะนั้นจึงทำให้ถูกต้องและชำระตามปกติทุกเดือนทุกปี แต่จะมีบางกรณี ที่เราจะต้องส่งบไม่ตรงกับยอดซื้อขายจริง เช่น คู่ค้าไม่สามารถออกใบเสร็จ/ใบกำกับภาษี ในการซื้อได้ ทำให้ไม่มีหลักฐานในการหักค่าใช้จ่าย หรือ บางทีถูกค้าซื้อเยอะนำเงินสดมาให้ เราไปซื้อต่อก็ต้องนำเงินสดไปจ่าย กรณีนี้จะไม่ได้นำเข้าระบบบริษัท ว่ามีการซื้อขาย เพราะ ทางผู้ขายก็ไม่สามารถออกหลักฐานการรับเงินให้เราได้ ทำให้ไม่มีหลักฐานในการจ่าย” (คนที่ 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 มีนาคม 2567)

“ตอนเริ่มทำ ไม่ทราบว่าต้องเสียภาษีเลย ช่วงหลังเห็นข่าว ที่สรรพากรตรวจเช็คย้อนหลัง ทำให้เริ่มศึกษาเรื่องการเสียภาษี เพื่อจะได้ไม่ให้เกิดเหตุการณ์

โดนค่าปรับจากการเรียกเก็บภาษีย้อนหลัง ขั้นตอนในการจ่ายภาษี มีหลายขั้นตอนมาก ทำให้เราไม่ค่อยเข้าใจมากนัก ว่าต้องยื่นแบบชนิดใดบ้าง ปัจจุบันได้จ้างพนักงานบัญชีให้เข้ามาช่วยดูแลเรื่องเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการซื้อขาย ทำให้ขั้นตอนต่างๆ ง่ายขึ้น เพราะไม่ต้องทำเอง” (คนที่ 5, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 เมษายน 2567)

“ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ไม่ได้ยื่นทุกปีเพราะขาดความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและการจัดทำเอกสารรายรับรายจ่าย ทำให้กลัวว่าจะคำนวณผิดพลาดหรือยื่นเอกสารไม่ครบถ้วน” (คนที่ 14, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 พฤศจิกายน 2567)

#### 4.1.4 แรงจูงใจในการปฏิบัติตาม (Motivation Factor)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติตามเป็นปัจจัยที่พบในบางกลุ่มของผู้ตอบ โดยผู้ตอบบางรายมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติตามกฎหมาย แต่ขาดความรู้และความมั่นใจในการดำเนินการ จึงเลือกที่จะจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชีหรือที่ปรึกษาเข้ามาช่วยดำเนินการ เพื่อให้มั่นใจว่าการเสียภาษีจะถูกต้องตามกฎหมาย โดยมีการให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ฉันทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ที่ไม่ได้ยื่นทุกปีเพราะไม่แน่ใจว่าต้องคำนวณภาษีอย่างไร รวมถึงการจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายยังไม่มีระบบที่ชัดเจน ทำให้เกิดความกังวลในการยื่นภาษี” (คนที่ 12, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2567)

“ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่บางครั้งไม่ได้ยื่นเนื่องจากไม่มีความรู้เรื่องการคำนวณภาษีและขั้นตอนการยื่น อีกทั้งไม่มีระบบจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายที่เป็นระเบียบ ทำให้ไม่มั่นใจในการยื่นภาษีด้วยตัวเอง” (คนที่ 13, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 พฤศจิกายน 2567)

“ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ไม่ได้ยื่นทุกปีเพราะขาดความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและการจัดทำเอกสารรายรับรายจ่าย ทำให้กลัวว่าจะ

คำนวณผิดพลาดหรือยื่นเอกสารไม่ครบถ้วน” (คนที่ 14, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 พฤศจิกายน 2567)

#### 4.1.5 ความโปร่งใส และการสื่อสารจากภาครัฐ (Government Transparency and Communication)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่าความโปร่งใส และการสื่อสารจากภาครัฐมีผลกระทบอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการออนไลน์ ผู้ตอบหลายคนระบุว่าไม่เคยได้รับข้อมูลหรือคำแนะนำจากหน่วยงานรัฐเกี่ยวกับวิธีการเสียภาษี ส่งผลให้ต้องศึกษาข้อมูลด้วยตนเองจากแหล่งต่างๆ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับมีความไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความสับสนและความกังวลในการดำเนินการตามขั้นตอนที่ถูกต้อง โดยมีการให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ผมทราบว่าการขายของออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ผมไม่เคยได้รับข้อมูลหรือคำแนะนำที่ชัดเจนว่าต้องเริ่มอย่างไร และควรยื่นเสียภาษีแบบไหน ผมเคยลองหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตแต่ก็ยังไม่เข้าใจว่าต้องแยกภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่มอย่างไร” (คนที่ 6, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 เมษายน 2567)

“ผมเคยได้ยินว่าผู้ประกอบการออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ยังไม่เคยได้รับคำแนะนำหรือข้อมูลชัดเจนว่าต้องดำเนินการอย่างไร ทำให้ผมไม่ได้เสียภาษีตามระบบ” (คนที่ 8, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 พฤษภาคม 2567)

“ฉันทราบว่าการขายของออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งต่างๆ ไม่ชัดเจน ทำให้ไม่แน่ใจว่าต้องเริ่มต้นอย่างไรและต้องยื่นเอกสารอะไรบ้าง ฉันเคยลองศึกษาผ่านอินเทอร์เน็ตแต่ก็ยังไม่เข้าใจทั้งหมด” (คนที่ 9, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 พฤษภาคม 2567)

“ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่บางครั้งการยื่นภาษีล่าช้าหรือไม่ครบถ้วน เพราะไม่แน่ใจในวิธีการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่ายที่สามารถนำมาลดหย่อนได้ นอกจากนี้ ยังไม่มีการแจ้งเตือนหรือคำแนะนำจากหน่วยงานรัฐ

ในการเสียดำเนินการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์รายย่อย” (คนที่ 11, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 พฤศจิกายน 2567)

## 4.2 ปัญหา และอุปสรรค (ข้อจำกัด) ของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในจังหวัดเพชรบูรณ์

### 4.2.1 ความซับซ้อนของขั้นตอนการชำระภาษี

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พบว่าขั้นตอนการชำระภาษีมีความซับซ้อนตั้งแต่เริ่มต้นสมัครใช้งานระบบของกรมสรรพากร โดยเฉพาะการยื่นภาษีออนไลน์ที่มีรายละเอียดและขั้นตอนจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการรู้สึกว่ายากต่อการดำเนินการด้วยตนเอง โดยมีการให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“หากชำระภาษีผ่านระบบมีความยุ่งยาก ซับซ้อน ในการเปิดสมัครตั้งแต่ครั้งแรก จึงไม่อยากทำในครั้งต่อไป” (คนที่ 1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กุมภาพันธ์ 2567)

“หากชำระผ่านระบบ ระบบมีขั้นตอนยาก สลับซับซ้อน อ่านแล้วยังไม่เข้าใจ บางอย่าง ยังไม่เข้าใจว่าต้องเสียดำเนินการอะไรบ้าง เพราะเห็นมีหลายหัวข้อ” (คนที่ 2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กุมภาพันธ์ 2567)

“การเปิดสมัครชำระภาษีผ่านระบบในครั้งแรกมีความยุ่งยาก ซับซ้อน ทำให้ไม่อยากชำระเองเพราะไม่ค่อยเข้าใจ ไม่รู้จะต้องยื่นแบบไหน ต้องจ้างให้นักบัญชีทำ ซึ่งเราไม่มีความรู้ในการตรวจสอบ” (คนที่ 4, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 มีนาคม 2567)

“ปัญหาหลักที่ผมพบคือความซับซ้อนของขั้นตอนการยื่นภาษี อีกทั้งระบบของกรมสรรพากรส่วนใหญ่ออกแบบมาให้คนที่มีความรู้ด้านบัญชีใช้งาน ทำให้ผมรู้สึกว่าต้องจ้างผู้เชี่ยวชาญในการช่วยดำเนินการ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่ผมไม่อยากเสีย” (คนที่ 6, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 เมษายน 2567)

“ปัญหาหลักของผมคือความซับซ้อนของขั้นตอนการยื่นภาษี และขาดความรู้เรื่องเอกสารที่ต้องใช้ ทำให้ไม่กล้าดำเนินการด้วยตัวเอง” (คนที่ 8, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 พฤษภาคม 2567)

“ปัญหาหลักที่ผมเจอคือความไม่ชัดเจนเกี่ยวกับข้อกำหนดภาษีสำหรับธุรกิจออนไลน์ และขั้นตอนการยื่นภาษีที่ซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการทำการขายข้ามจังหวัดหรือข้ามประเทศ ซึ่งทำให้การคำนวณภาษีและการยื่นภาษีออนไลน์ยุ่งยาก อีกทั้งยังขาดข้อมูลที่เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายสำหรับผู้ประกอบการใหม่อย่างผม ทำให้เกิดความสับสนและเสียเวลาในการหาข้อมูล” (คนที่ 15, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 ธันวาคม 2567)

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีความกังวลว่าจะดำเนินการผิดขั้นตอนและส่งผลกระทบต่อ การคำนวณภาษีที่ไม่ถูกต้อง โดยมีการให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ไม่สามารถยื่นเองได้ เพราะกลัวผิดพลาด ต้องจ้างสำนักบัญชีให้ช่วยทำ เพราะไม่มีความเข้าใจในการชำระภาษีแต่ละชนิด ต้องศึกษาข้อมูลอีกหลายอย่าง” (คนที่ 5, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 เมษายน 2567)

“ปัญหาหลักที่ฉันพบคือความไม่ชัดเจนของข้อมูลเกี่ยวกับการเสียภาษี ทำให้เกิดความสับสนว่าควรเสียภาษีประเภทไหนและต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง นอกจากนี้ การขาดความรู้เกี่ยวกับการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่ายสุทธิก็เป็นปัญหาใหญ่ ทำให้รู้สึกว่าการดำเนินการเองมีความเสี่ยงที่จะทำผิดขั้นตอน” (คนที่ 9, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 พฤษภาคม 2567)

“ปัญหาหลักคือการขาดความรู้ด้านภาษี การไม่มีระบบจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายที่เป็นมาตรฐาน และการไม่มีที่ปรึกษาทางด้านภาษี ทำให้เกิดความสับสนในการดำเนินการ” (คนที่ 13, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 พฤศจิกายน 2567)

“ปัญหาหลักคือการขาดความรู้ด้านการจัดเก็บเอกสารและการคำนวณรายได้สุทธิ รวมถึงการไม่มีที่ปรึกษาทางภาษี ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการยื่นภาษีด้วยตัวเอง” (คนที่ 14, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 พฤศจิกายน 2567)

ทำให้ผู้ประกอบการบางรายเลือกที่จะจ้างนักบัญชีหรือสำนักงานบัญชีมาช่วยดำเนินการแทน ซึ่งส่งผลให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

#### 4.2.2 การขาดความรู้เกี่ยวกับการคำนวณภาษี

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความไม่เข้าใจเกี่ยวกับการคำนวณรายได้สุทธิ การคำนวณภาษีประเภทต่างๆ และการจัดเตรียมเอกสารสำหรับการยื่นภาษี โดยมีกรณีให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ปัญหาที่พบคือการขาดความรู้เรื่องการคำนวณรายได้สุทธิ และความไม่แน่ใจว่าต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง ทำให้รู้สึกกลัวว่าจะทำผิดขั้นตอน นอกจากนี้การไม่มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำโดยตรงก็เป็นอุปสรรคอีกอย่างหนึ่ง” (คนที่ 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 เมษายน 2567)

“ปัญหาหลักที่ฉันพบคือความไม่ชัดเจนของข้อมูลเกี่ยวกับการเสียภาษี ทำให้เกิดความสับสนว่าควรเสียภาษีประเภทไหนและต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง นอกจากนี้การขาดความรู้เกี่ยวกับการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่ายสุทธิก็เป็นปัญหาใหญ่ ทำให้รู้สึกว่า การดำเนินการเองมีความเสี่ยงที่จะทำผิดขั้นตอน” (คนที่ 9, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 พฤษภาคม 2567)

“ปัญหาหลักคือการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคำนวณรายได้สุทธิ การจัดเตรียมเอกสารประกอบการยื่นภาษี และการไม่มีที่ปรึกษาทางด้านภาษีอย่างชัดเจน นอกจากนี้ รายได้ของธุรกิจขนาดเล็กมักไม่แน่นอน ทำให้บางครั้งไม่รู้ว่าต้องเสียภาษีหรือไม่” (คนที่ 11, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 พฤศจิกายน 2567)

“ปัญหาที่เกิดขึ้นคือการขาดความรู้ในการจัดเก็บเอกสารทางบัญชีอย่างถูกต้อง และการคำนวณรายได้สุทธิ อีกทั้งการไม่มีที่ปรึกษาทางภาษีทำให้ไม่มั่นใจในการยื่นภาษีด้วยตัวเอง” (คนที่ 12, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2567)

“ปัญหาหลักคือการขาดความรู้ด้านภาษี การไม่มีระบบจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายที่เป็นมาตรฐาน และการไม่มีที่ปรึกษาทางด้านภาษี ทำให้เกิดความสับสนในการดำเนินการ” (คนที่ 13, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 พฤศจิกายน 2567)

“ปัญหาหลักคือการขาดความรู้ด้านการจัดเก็บเอกสารและการคำนวณรายได้สุทธิตั้งแต่รวมถึงการไม่มีที่ปรึกษาทางภาษี ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการยื่นภาษีด้วยตัวเอง” (คนที่ 14, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 พฤศจิกายน 2567)

ทำให้เกิดความกลัวในการดำเนินการเองและกลัวว่าจะคำนวณผิดพลาด นอกจากนี้ ยังมีความสับสนในการแยกประเภทภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยมีการให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ปัญหาหลักที่ผมพบคือความซับซ้อนของขั้นตอนการยื่นภาษี อีกทั้งระบบของกรมสรรพากรส่วนใหญ่ออกแบบมาให้คนที่มีความรู้ด้านบัญชีใช้งาน ทำให้ผมรู้สึกว่าต้องจ้างผู้เชี่ยวชาญในการช่วยดำเนินการ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่ผมไม่อยากจะเสีย” (คนที่ 6, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 เมษายน 2567)

“ปัญหาหลักที่ฉันพบคือความไม่ชัดเจนของข้อมูลเกี่ยวกับการเสียภาษี ทำให้เกิดความสับสนว่าควรเสียภาษีประเภทไหนและต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง นอกจากนี้การขาดความรู้เกี่ยวกับการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่ายสุทธิก็เป็นปัญหาใหญ่ ทำให้รู้สึกว่าดำเนินการเองมีความเสี่ยงที่จะทำผิดขั้นตอน” (คนที่ 9, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 พฤษภาคม 2567)

“ปัญหาหลักที่ผมเจอคือความไม่ชัดเจนเกี่ยวกับข้อกำหนดภาษีสำหรับธุรกิจออนไลน์ และขั้นตอนการยื่นภาษีที่ซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการทำการขายข้ามจังหวัดหรือข้ามประเทศ ซึ่งทำให้การคำนวณภาษีและการยื่นภาษี

ออนไลน์ยุ่งยาก อีกทั้งยังขาดข้อมูลที่เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายสำหรับผู้ประกอบการใหม่อย่างผม ทำให้เกิดความสับสนและเสียเวลาในการหาข้อมูล” (คนที่ 15, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 ธันวาคม 2567)

ส่งผลให้ผู้ประกอบการเลือกที่จะชะลอการยื่นภาษีหรือหลีกเลี่ยงการชำระภาษี

#### 4.2.3 ขาดแหล่งข้อมูลและคำแนะนำที่ชัดเจนจากหน่วยงานรัฐ

ผู้ประกอบการหลายรายระบุว่าพวกเขาไม่ได้รับคำแนะนำหรือข้อมูลที่ชัดเจนจากหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับการชำระภาษี โดยมีกรณีให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ปัญหาที่พบคือการขาดความรู้เรื่องการคำนวณรายได้สุทธิ และความไม่แน่ใจว่าต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง ทำให้รู้สึกกลัวว่าจะทำผิดขั้นตอน นอกจากนี้การไม่มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำโดยตรงก็เป็นอุปสรรคอีกอย่างหนึ่ง” (คนที่ 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 เมษายน 2567)

“ปัญหาหลักที่ฉันพบคือความไม่ชัดเจนของข้อมูลเกี่ยวกับการเสียภาษี ทำให้เกิดความสับสนว่าควรเสียภาษีประเภทไหนและต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง นอกจากนี้การขาดความรู้เกี่ยวกับการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่ายสุทธิก็เป็นปัญหาใหญ่ ทำให้รู้สึกว่า การดำเนินการเองมีความเสี่ยงที่จะทำผิดขั้นตอน” (คนที่ 9, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 พฤษภาคม 2567)

“ฉันทราบว่ากรขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่บางครั้งการยื่นภาษีล่าช้าหรือไม่ครบถ้วน เพราะไม่แน่ใจในวิธีการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่ายที่สามารถนำมาลดหย่อนได้ นอกจากนี้ ยังไม่มีการแจ้งเตือนหรือคำแนะนำจากหน่วยงานรัฐในการเสียภาษีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์รายย่อย” (คนที่ 11, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 พฤศจิกายน 2567)

“ฉันทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ที่ไม่ได้ยื่นทุกปีเพราะไม่แน่ใจว่าต้องคำนวณภาษีอย่างไร รวมถึงการจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายยังไม่มี

ระบบที่ชัดเจน ทำให้เกิดความกังวลในการยื่นภาษี” (คนที่ 12, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2567)

“ผมทราบดีว่าการประกอบธุรกิจออนไลน์ต้องเสียภาษี เนื่องจากมีรายได้จากการขายสินค้า แต่ในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจผมยังไม่ได้ชำระภาษีอย่างถูกต้อง เนื่องจากยังไม่เข้าใจขั้นตอนการยื่นภาษีออนไลน์และการคำนวณภาษี ในตอนนั้นผมไม่ได้ให้ความสำคัญกับการทำภาษี จนกระทั่งมีการเตือนจากเจ้าหน้าที่สรรพากร และผมจึงเริ่มหาข้อมูลและขอคำปรึกษาจากผู้ที่มีประสบการณ์เพื่อให้แน่ใจว่าจะทำถูกต้องในอนาคต” (คนที่ 15, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 ธันวาคม 2567)

โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยในต่างจังหวัดที่ไม่มีช่องทางให้คำปรึกษาโดยตรงหรือการจัดอบรมเกี่ยวกับการเสียภาษี ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง ซึ่งบางครั้งข้อมูลที่ได้รับก็ไม่ถูกต้องและทำให้เกิดความสับสนมากขึ้น

#### 4.2.4 ปัญหาในการจัดเก็บเอกสารประกอบการยื่นภาษี

ผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งมีปัญหาในการจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายอย่างถูกต้องและเป็นระบบ โดยมีการให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ช่วงแรกไม่ทราบ ไม่มีความรู้ในการเสียภาษีเลย หลังๆ ยอดเยอะขึ้นต้องเสียเพราะสรรพากรตรวจเช็คย้อนหลัง หากมีเงินได้เกิน 120,000 ต่อปี จำเป็นต้องยื่นภาษี และเก็บเอกสารทุกใบไว้เพื่อลดหย่อน เราเป็นบุคคลผู้มีรายได้ จึงไม่ควรหลีกเลี่ยงการจ่ายภาษีในแต่ละปี เพื่อจะได้ไม่ให้เกิดเหตุการณ์ โคนค่าปรับจากการเรียกเก็บภาษีย้อนหลัง เพราะฉะนั้นจึงทำให้ถูกต้องและชำระตามปกติทุกเดือนทุกปี แต่จะมีบางกรณี ที่เราจะต้องส่งบไม่ตรงกับยอดซื้อขายจริง เช่น คู่ค้าไม่สามารถออกใบเสร็จ/ใบกำกับภาษี ในการซื้อได้ ทำให้ไม่มีหลักฐานในการหักค่าใช้จ่าย หรือ บางทีลูกค้าซื้อเยอะนำเงินสดมาให้ เราไปซื้อต่อก็ต้องนำเงินสดไปจ่าย กรณีนี้จะไม่ได้นำเข้าระบบบริษัท ว่ามีการซื้อขาย เพราะ ทางผู้ขายก็ไม่

สามารถออกหลักฐานการรับเงินให้เราได้ ทำให้ไม่มีหลักฐานในการจ่าย” (คนที่ 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 มีนาคม 2567)

“ฉันทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ที่ไม่ได้ยื่นทุกปีเพราะไม่แน่ใจว่าต้องคำนวณภาษีอย่างไร รวมถึงการจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายยังไม่มีระบบที่ชัดเจน ทำให้เกิดความกังวลในการยื่นภาษี” (คนที่ 12, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2567)

“ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่บางครั้งไม่ได้ยื่นเนื่องจากไม่มีความรู้เรื่องการคำนวณภาษีและขั้นตอนการยื่น อีกทั้งไม่มีระบบจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายที่เป็นระเบียบ ทำให้ไม่มั่นใจในการยื่นภาษีด้วยตัวเอง” (คนที่ 13, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 พฤศจิกายน 2567)

“ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ไม่ได้ยื่นทุกปีเพราะขาดความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและการจัดทำเอกสารรายรับรายจ่าย ทำให้กลัวว่าจะคำนวณผิดพลาดหรือยื่นเอกสารไม่ครบถ้วน” (คนที่ 14, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 พฤศจิกายน 2567)

ส่งผลให้ไม่สามารถนำเอกสารเหล่านี้มาใช้ในการลดหย่อนภาษีหรือประกอบการยื่นภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ในบางกรณีผู้ประกอบการไม่ได้รับใบเสร็จหรือหลักฐานการซื้อขายจากลูกค้า ทำให้ขาดเอกสารประกอบการยื่นภาษี

#### 4.2.5 การขอคืนเงินภาษีและการตรวจสอบจากหน่วยงานรัฐ

ผู้ประกอบการบางรายพบว่าการขอคืนเงินภาษีมีความยุ่งยาก เนื่องจากระบบมักมีการตรวจสอบเอกสารเพิ่มเติมและมักถูกเรียกให้ชำระภาษีเพิ่ม โดยมีการให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ช่วงแรกไม่ทราบ ไม่มีความรู้ในการเสียภาษีเลย หลังๆ ยอดเยอะขึ้นต้องเสียเพราะสรรพากรตรวจเช็คย้อนหลัง หากมีเงินได้เกิน 120,000 ต่อปี จำเป็นต้องยื่นภาษี และเก็บเอกสารทุกใบไว้เพื่อลดหย่อน เราเป็นบุคคลผู้มีรายได้ จึงไม่ควร

หลีกเลี่ยงการจ่ายภาษีในแต่ละปี เพื่อจะได้ไม่ให้เกิดเหตุการณ์ โคนค่าปรับจากการเรียกเก็บภาษีย้อนหลัง เพราะฉะนั้นจึงทำให้ถูกต้องและชำระตามปกติทุกเดือนทุกปี แต่จะมีบางกรณี ที่เราจะต้องส่งบไม่ตรงกับยอดซื้อขายจริง เช่น คู่ค้าไม่สามารถออกใบเสร็จ/ใบกำกับภาษี ในการซื้อได้ ทำให้ไม่มีหลักฐานในการหักค่าใช้จ่าย หรือ บางทีลูกค้าซื้อเหอะนำเงินสดมาให้ เราไปซื้อต่อก็ต้องนำเงินสดไปจ่าย กรณีนี้จะไม่ได้นำเข้าระบบบริษัท ว่ามีการซื้อขาย เพราะ ทางผู้ขายก็ไม่สามารถออกหลักฐานการรับเงินให้เราได้ ทำให้ไม่มีหลักฐานในการจ่าย” (คนที่ 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 มีนาคม 2567)

นอกจากนี้ ขั้นตอนการตรวจสอบของหน่วยงานรัฐยังใช้เวลานานและมีความซับซ้อน ส่งผลให้ผู้ประกอบการเกิดความไม่มั่นใจและรู้สึกว่าการยื่นเอกสารด้วยตัวเองอาจส่งผลเสียมากกว่าผลดี

#### 4.3 แนวทางการพัฒนาการชำระภาษีของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์

จากการพิจารณาปัญหา พบว่าแนวทางการพัฒนาการชำระภาษีของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ สามารถแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วนหลัก ดังต่อไปนี้

##### 4.3.1 ปรับปรุงระบบการยื่นภาษีให้ใช้งานง่ายและลดขั้นตอนที่ซับซ้อน

เนื่องจากปัญหาหลักของผู้ประกอบการคือระบบการชำระภาษีที่มีความซับซ้อน โดยเฉพาะในขั้นตอนแรกของการสมัครและการยื่นภาษีผ่านระบบออนไลน์ หลายคนพบว่าขั้นตอนเหล่านี้ยุ่งยาก ทำให้เกิดความไม่สะดวกและความไม่อยากดำเนินการต่อในอนาคต อีกทั้งข้อมูลเกี่ยวกับประเภทภาษีที่ต้องชำระยังไม่ชัดเจน ส่งผลให้เกิดความสับสนและอาจนำไปสู่ข้อผิดพลาดในการยื่นภาษี เช่น

“การเปิดสมัครชำระภาษีผ่านระบบในครั้งแรกมีความยุ่งยาก ซับซ้อน ทำให้ไม่อยากจะชำระเอง เพราะไม่ค่อยเข้าใจ ไม่รู้จะต้องยื่นแบบไหน ต้องจ้างให้นักบัญชีทำ ซึ่งเราไม่มีความรู้ในการตรวจสอบ” (คนที่ 4, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 มีนาคม 2567)

“ปัญหาหลักที่ฉันพบคือความไม่ชัดเจนของข้อมูลเกี่ยวกับการเสียภาษี ทำให้เกิดความสับสนว่าควรเสียภาษีประเภทไหนและต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง นอกจากนี้การขาดความรู้เกี่ยวกับการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่ายสุทธิก็เป็นปัญหาใหญ่ ทำให้รู้สึกว่าการดำเนินการเองมีความเสี่ยงที่จะทำผิดขั้นตอน” (คนที่ 9, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 พฤษภาคม 2567)

“ปัญหาหลักที่ผมเจอคือความไม่ชัดเจนเกี่ยวกับข้อกำหนดภาษีสำหรับธุรกิจออนไลน์ และขั้นตอนการยื่นภาษีที่ซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการทำการขายข้ามจังหวัดหรือข้ามประเทศ ซึ่งทำให้การคำนวณภาษีและการยื่นภาษีออนไลน์ยุ่งยาก อีกทั้งยังขาดข้อมูลที่เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายสำหรับผู้ประกอบการใหม่อย่างผม ทำให้เกิดความสับสนและเสียเวลาในการหาข้อมูล” (คนที่ 15, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 ธันวาคม 2567)

“ควรผลักดันการหักค่าใช้จ่ายตาม ม.40(1)-(2) ให้เพิ่มขึ้น ค่าลดหย่อนให้หักรวมอัตราร้อยละของรายได้หรือเลือกใช้สิทธิเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ให้มีความเข้าใจง่าย เช่น ลดอัตราภาษี, การเพิ่มค่าใช้จ่าย, ไม่ต้องมีหลักเกณฑ์ซับซ้อน อ่านเข้าใจง่าย” (กรมสรรพสามิตคนที่ 1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มีนาคม 2567)

“ควรผลักดันการหักค่าใช้จ่ายตาม ม.40(1)-(2) ให้เพิ่มขึ้น ค่าลดหย่อนให้หักรวมอัตราร้อยละของรายได้หรือเลือกใช้สิทธิเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ให้มีความเข้าใจง่าย เช่น ลดอัตราภาษี, การเพิ่มค่าใช้จ่าย, ไม่ต้องมีหลักเกณฑ์ซับซ้อน” (กรมสรรพสามิตคนที่ 2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มีนาคม 2567)

ดังนั้น จึงควรควรมีการออกแบบระบบให้ใช้งานง่ายขึ้น ลดความซับซ้อนในขั้นตอนการสมัครและการยื่นภาษี โดยให้มีคำแนะนำที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ง่าย เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการได้ด้วยตัวเอง

#### 4.3.2 ให้ความรู้และอบรมเกี่ยวกับการคำนวณภาษีและการจัดเตรียมเอกสาร

เนื่องจากผู้ประกอบการจำนวนมากยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการคำนวณรายได้สุทธิและการจัดเตรียมเอกสารสำหรับการยื่นภาษี ความกังวลเรื่องการคำนวณที่ผิดพลาดทำให้บางคนลังเลที่จะดำเนินการด้วยตัวเอง อีกทั้งการขาดที่ปรึกษาทางภาษีส่งผลให้ไม่มั่นใจในการยื่นภาษีอย่างถูกต้อง เช่น

“ฉันทราบว่าผู้ประกอบการออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่รู้สึกว่าจะมีความสับสนว่าควรเสียภาษีแบบไหน ฉันเคยสอบถามเจ้าหน้าที่สรรพากรผ่านเพื่อน แต่ก็ยังรู้สึกว่าขั้นตอนค่อนข้างซับซ้อน เลยตัดสินใจรอให้มีรายได้สูงกว่านี้ก่อนค่อยดำเนินการ” (คนที่ 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 เมษายน 2567)

“ฉันทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ที่ไม่ได้ยื่นทุกปีเพราะไม่แน่ใจว่าต้องคำนวณภาษีอย่างไร รวมถึงการจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายยังไม่มีระบบที่ชัดเจน ทำให้เกิดความกังวลในการยื่นภาษี” (คนที่ 12, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2567)

“ปัญหาหลักที่ผมเจอคือความไม่ชัดเจนเกี่ยวกับข้อกำหนดภาษีสำหรับธุรกิจออนไลน์ และขั้นตอนการยื่นภาษีที่ซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการทำการขายข้ามจังหวัดหรือข้ามประเทศ ซึ่งทำให้การคำนวณภาษีและการยื่นภาษีออนไลน์ยุ่งยาก อีกทั้งยังขาดข้อมูลที่เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายสำหรับผู้ประกอบการใหม่อย่างผม ทำให้เกิดความสับสนและเสียเวลาในการหาข้อมูล” (คนที่ 15, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 ธันวาคม 2567)

ดังนั้นภาครัฐควรมีโครงการอบรมหรือให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับการคำนวณภาษีและการจัดเตรียมเอกสาร เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจขั้นตอนการดำเนินงานได้ดียิ่งขึ้นและลดความผิดพลาดในการยื่นภาษี

### 4.3.3 จัดให้มีช่องทางให้คำปรึกษาทางภาษีที่สะดวกและครอบคลุมทุกพื้นที่

เนื่องจากการไม่มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำโดยตรงและไม่มีช่องทางออนไลน์ที่สะดวกในการปรึกษาทำให้ผู้ประกอบการต้องอาศัยข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งบางครั้งอาจไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วน นอกจากนี้ การไม่มีช่องทางให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัวในพื้นที่ต่างจังหวัดยังทำให้เกิดความลำบากในการเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็น เช่น

“ฉันทราบว่าผู้ประกอบการออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่รู้สึกว่าจะมีความสับสนว่าควรเสียภาษีแบบไหน ฉันเคยสอบถามเจ้าหน้าที่สรรพากรผ่านเพื่อน แต่ก็ยังรู้สึกว่าขั้นตอนค่อนข้างซับซ้อน เลยตัดสินใจขอให้มีรายได้สูงกว่านี้ก่อนค่อยดำเนินการ” (คนที่ 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 เมษายน 2567)

“ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่บางครั้งการยื่นภาษีล่าช้าหรือไม่ครบถ้วน เพราะไม่แน่ใจในวิธีการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่ายที่สามารถนำมาลดหย่อนได้ นอกจากนี้ ยังไม่มีการแจ้งเตือนหรือคำแนะนำจากหน่วยงานรัฐในการเสียภาษีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์รายย่อย” (คนที่ 11, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 พฤศจิกายน 2567)

“ปัญหาหลักที่ผมเจอคือความไม่ชัดเจนเกี่ยวกับข้อกำหนดภาษีสำหรับธุรกิจออนไลน์ และขั้นตอนการยื่นภาษีที่ซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการทำการขายข้ามจังหวัดหรือข้ามประเทศ ซึ่งทำให้การคำนวณภาษีและ การยื่นภาษีออนไลน์ยุ่งยาก อีกทั้งยังขาดข้อมูลที่เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายสำหรับผู้ประกอบการใหม่อย่างผม ทำให้เกิดความสับสนและเสียเวลาในการหาข้อมูล” (คนที่ 15, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 ธันวาคม 2567)

ดังนั้นควรมีช่องทางให้คำปรึกษาที่เข้าถึงได้ง่าย ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เช่น การเปิดศูนย์ให้คำปรึกษาในพื้นที่ต่างจังหวัด หรือการเพิ่มบริการให้คำแนะนำแบบเรียลไทม์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

#### 4.3.4 ลดภาระค่าใช้จ่ายในการจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านภาษี

เนื่องจากความซับซ้อนของระบบภาษี ผู้ประกอบการหลายรายต้องจ้างนักบัญชี หรือผู้เชี่ยวชาญด้านภาษีมาช่วยยื่นภาษีให้ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่บางคนไม่อยากจะเสีย แต่ไม่มีทางเลือกเพราะขาดความรู้ในการดำเนินการด้วยตัวเอง เช่น

“ไม่สามารถยื่นเองได้ เพราะกลัวผิดพลาด ต้องจ้างสำนักบัญชีให้ช่วยทำ เพราะไม่มีความเข้าใจในการชำระภาษีแต่ละชนิด ต้องศึกษาข้อมูลอีกหลายอย่าง ” (คนที่ 5, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 เมษายน 2567)

“ปัญหาหลักที่ผมพบคือความซับซ้อนของขั้นตอนการยื่นภาษี อีกทั้งระบบของกรมสรรพากรส่วนใหญ่ออกแบบมาให้คนที่มีความรู้ด้านบัญชีใช้งาน ทำให้ผมรู้สึกว่าการจ้างผู้เชี่ยวชาญในการช่วยดำเนินการ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่ผมไม่อยากจะเสีย” (คนที่ 6, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 เมษายน 2567)

ดังนั้นภาครัฐอาจพิจารณาให้มีบริการช่วยเหลือทางภาษีฟรีหรือค่าธรรมเนียมต่ำ สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก เพื่อลดความจำเป็นในการจ้างผู้เชี่ยวชาญและช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถยื่นภาษีได้เองอย่างมั่นใจ

## บทที่ 5

### อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาความเข้าใจในการชำระภาษีของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความเข้าใจของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์เกี่ยวกับการชำระภาษี ปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์เกี่ยวกับการชำระภาษี และศึกษาแนวทางการทำความเข้าใจที่ถูกต้องเหมาะสมในการชำระภาษีของผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ เป็นผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ 15 ท่าน กรมสรรพสามิต 2 ท่าน กรมสรรพากร 2 ท่าน นักการเมือง 1 ท่าน รวมเป็น 20 ท่าน ซึ่งผู้วิจัย อภิปรายผลการศึกษา และ ข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเสียภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์

##### 5.1.1.1 สรุปผลการศึกษาความรู้และการรับรู้เกี่ยวกับภาษี

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับภาษี โดยเฉพาะในเรื่องการคำนวณรายได้สุทธิ การจัดเตรียมเอกสารสำหรับการยื่นภาษี และข้อกำหนดเกี่ยวกับประเภทภาษีที่ต้องชำระ หลายคนไม่สามารถแยกแยะได้ว่าภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนมีอะไรบ้าง เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา หรือภาษีนิติบุคคล ทำให้เกิดความสับสนในการดำเนินการทางภาษี อีกทั้งยังพบว่ากระบวนการและข้อกำหนดของกรมสรรพากรค่อนข้างซับซ้อน โดยเฉพาะการยื่นภาษีผ่านระบบออนไลน์ที่มีขั้นตอนหลากหลายและต้องใช้เอกสารประกอบจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการบางส่วนเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการดำเนินการด้วยตนเองและต้องจ้างนักบัญชีหรือผู้เชี่ยวชาญทางภาษีมาช่วย

ดำเนินการแทน ซึ่งเป็นภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก นอกจากนี้ การขาดช่องทางให้คำปรึกษาทางภาษีที่เข้าถึงได้ง่ายยังเป็นอุปสรรคสำคัญ เพราะเมื่อผู้ประกอบการมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการเสียภาษี มักต้องอาศัยการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต หรือการสอบถามจากบุคคลอื่น ซึ่งข้อมูลที่ได้รับอาจไม่ถูกต้องหรือไม่ครอบคลุม ส่งผลให้เกิดความไม่มั่นใจในการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีอย่างถูกต้อง

นอกจากนี้ การรับรู้เกี่ยวกับภาษีของผู้ประกอบการออนไลน์ยังคงอยู่ในระดับต่ำ อันเนื่องมาจากการขาดแคมเปญประชาสัมพันธ์หรือแนวทางการสื่อสารจากภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ แม้ว่ากรมสรรพากรจะมีเว็บไซต์และช่องทางออนไลน์ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับภาษี แต่ข้อมูลดังกล่าวมักนำเสนอในรูปแบบที่ซับซ้อนและใช้ภาษาทางกฎหมายที่เข้าใจยาก ทำให้ผู้ประกอบการโดยเฉพาะผู้ที่ไม่มีพื้นฐานด้านบัญชีและภาษี รู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ยุ่งยากและไม่น่าสนใจ ส่งผลให้พวกเขามีความตระหนักรู้เกี่ยวกับการเสียภาษีต่ำ และอาจมีแนวโน้มในการหลีกเลี่ยงหรือชะลอการดำเนินการด้านภาษีออกไป ในบางกรณี การรับรู้ถึงความเลียงและบทลงโทษจากการหลีกเลี่ยงภาษีก็ยังไม่ชัดเจนพอ เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายไม่ทราบถึงโทษทางกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นหากไม่ชำระภาษีตามกำหนด ทำให้การปฏิบัติตามกฎหมายภาษียังไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ดังนั้น แนวทางในการปรับปรุงความรู้และการรับรู้เกี่ยวกับภาษีควรมุ่งเน้นไปที่การให้ความรู้ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย มีช่องทางให้คำปรึกษาที่สะดวก และเพิ่มความตระหนักถึงผลกระทบของการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายภาษีผ่านมาตรการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ

#### 5.1.1.2 สรุปผลการศึกษาทัศนคติ และการยอมรับ ต่อการเสียภาษี

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์มีทัศนคติที่หลากหลายต่อการเสียภาษี โดยส่วนหนึ่งมองว่าการเสียภาษีเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการและมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ อย่างไรก็ตาม กลุ่มนี้ยังคงมีข้อกังวลเกี่ยวกับระบบการจัดเก็บภาษีที่ยุ่งยาก ซับซ้อน และมีขั้นตอนที่ไม่เอื้อต่อผู้ประกอบการรายย่อย หลายคนรู้สึกว่าระบบภาษีปัจจุบันไม่ได้ออกแบบมาเพื่อรองรับธุรกิจออนไลน์ขนาดเล็ก ทำให้พวกเขารู้สึกว่าต้องเสียภาษีในอัตราที่ไม่เป็นธรรมเมื่อเทียบกับรายได้จริง นอกจากนี้ ยังพบว่าความรู้สึกต่อความโปร่งใสของภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการเสียภาษี หากพวกเขามองว่าภาษีที่จ่ายไปถูกนำไปใช้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของพวกเขา ก็จะมี

แนวโน้มยอมรับการเสียภาษีมากขึ้น แต่ในทางกลับกัน หากมองว่าภาครัฐไม่มีความโปร่งใส หรือมีกรณีการใช้เงินภาษีอย่างไม่มีประสิทธิภาพ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกไม่อยากเสียภาษี และมองว่าภาษีเป็นภาระที่ไม่จำเป็น

ในแง่ของการยอมรับต่อการเสียภาษี พบว่าผู้ประกอบการออนไลน์ส่วนใหญ่มีแนวโน้มปฏิบัติตามกฎหมายภาษี หากระบบภาษีมีความชัดเจน เข้าใจง่าย และไม่สร้างภาระที่มากเกินไป อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับภาษี ได้แก่ แรงจูงใจในการเสียภาษี เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษีหรือสิทธิพิเศษที่ภาครัฐอาจมอบให้กับผู้ที่ปฏิบัติตาม นอกจากนี้ ความกลัวต่อบทลงโทษจากการหลีกเลี่ยงภาษีก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่กระตุ้นให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมาย อย่างไรก็ตาม หากระบบการตรวจสอบและบทลงโทษไม่มีความเข้มงวดเพียงพอ หรือไม่มีการบังคับใช้ที่เป็นธรรม ผู้ประกอบการบางส่วนอาจเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการเสียภาษีเพื่อลดต้นทุนทางธุรกิจ อีกทั้งบางคนยังมีทัศนคติว่า “ถ้าไม่มีใครตรวจสอบก็ไม่จำเป็นต้องเสีย” ซึ่งสะท้อนถึงช่องว่างในระบบบังคับใช้กฎหมายของภาครัฐ ดังนั้น การเพิ่มแรงจูงใจในการเสียภาษีและสร้างระบบที่มีความยืดหยุ่นสำหรับธุรกิจออนไลน์ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็ก อาจช่วยเพิ่มอัตราการยอมรับและลดปัญหาการหลีกเลี่ยงภาษีในระยะยาว

#### 5.1.1.3 สรุปผลการศึกษารับรู้ความเสี่ยงและการถูกลงโทษ

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงและการถูกลงโทษที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับภาษี ช่องทางการให้ข้อมูลของภาครัฐ และประสบการณ์ของตนเองหรือบุคคลรอบข้างเกี่ยวกับการถูกตรวจสอบภาษี ผู้ประกอบการบางรายที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีและกฎหมายที่เกี่ยวข้องมีแนวโน้มที่จะรับรู้ความเสี่ยงจากการหลีกเลี่ยงภาษีได้มากกว่า และตระหนักว่าหากไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ อาจนำไปสู่บทลงโทษทางกฎหมาย เช่น การถูกเรียกตรวจสอบบัญชี การเสียค่าปรับ หรือแม้กระทั่งการดำเนินคดีทางกฎหมาย อย่างไรก็ตาม มีผู้ประกอบการอีกจำนวนมากที่ขาดความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายภาษีและไม่มีความตระหนักถึงบทลงโทษอย่างชัดเจน ซึ่งทำให้พวกเขามองว่าการเสียภาษีเป็นเรื่องรองจากการดำเนินธุรกิจ และอาจประเมินความเสี่ยงของการถูกลงโทษต่ำกว่าความเป็นจริง นอกจากนี้ ความเข้มงวดของภาครัฐในการบังคับใช้กฎหมายยังส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยง หากพบว่ามีกรณีตรวจสอบที่ไม่ครอบคลุมหรือมีเพียงบางธุรกิจที่ถูกเรียกตรวจสอบ ผู้ประกอบการ

บางรายอาจมองว่าตนเองมีโอกาสต่ำที่จะถูกลงโทษ และเลือกที่จะไม่ยื่นภาษีหรือยื่นเฉพาะบางส่วน เพื่อหลีกเลี่ยงภาระภาษี

ในแง่ของผลกระทบจากการถูกลงโทษ พบว่าผู้ประกอบการที่เคยมีประสบการณ์ ถูกตรวจสอบภาษีหรือลงโทษมาก่อนมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กที่มีข้อจำกัดด้านงบประมาณและต้องการหลีกเลี่ยงค่าปรับที่อาจส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงิน อย่างไรก็ตาม กลุ่มที่ยังไม่เคยประสบปัญหาด้านภาษีโดยตรง มักจะให้ความสำคัญกับผลกระทบด้านอื่น เช่น ความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ และต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการยื่นภาษีมากกว่าความเลี่ยงของการถูกลงโทษ นอกจากนี้ การรับรู้ว่าการรัฐไม่มีมาตรการบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพ หรือมีการยกเว้นให้กับธุรกิจบางประเภท อาจทำให้เกิดพฤติกรรมเลี่ยงภาษีมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มที่มองว่าระบบภาษีปัจจุบันไม่เป็นธรรมสำหรับธุรกิจออนไลน์ ดังนั้น การเพิ่มมาตรการบังคับใช้ที่มีความโปร่งใสและยุติธรรม รวมถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบทลงโทษอย่างชัดเจน จะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความตระหนักถึงความเลี่ยงและลดแนวโน้มในการหลีกเลี่ยงภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 5.1.1.4 สรุปผลการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติตาม

จากการศึกษาพบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน โดยปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้ประกอบการเลือกที่จะปฏิบัติตามคือความเข้าใจในประโยชน์ของการเสียภาษี ทั้งในเชิงของการมีความถูกต้องทางกฎหมายและการสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจในระยะยาว ผู้ประกอบการที่มีความเข้าใจว่าการชำระภาษีช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ และอาจนำไปสู่โอกาสทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น เช่น การสามารถเข้าถึงสินเชื่อจากธนาคารหรือการร่วมมือกับคู่ค้ารายใหญ่ที่ต้องการคู่ค้าที่มีประวัติทางภาษีที่ชัดเจน จะมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านภาษีมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่มองว่าการเสียภาษีเป็นส่วนหนึ่งของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ และเชื่อมั่นในระบบการจัดเก็บภาษีของภาครัฐมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบมากกว่ากลุ่มที่มองว่าภาษีเป็นภาระที่ไม่จำเป็น อย่างไรก็ตาม แรงจูงใจดังกล่าวยังขึ้นอยู่กับกรณีที่ภาครัฐต้องสร้างความเข้าใจและให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับประโยชน์ของการเสียภาษี โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยที่อาจมีความกังวลเกี่ยวกับภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นหากต้องชำระภาษีตามกฎหมาย

อีกปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีคือมาตรการจูงใจจากภาครัฐ เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก หรือการออกแบบระบบการเสียภาษีที่สะดวกและง่ายต่อการใช้งาน หากผู้ประกอบการรู้สึกว่าการเสียภาษีมีความเป็นธรรม โปร่งใส และไม่ซับซ้อนจนเกินไป พวกเขาจะมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามมากขึ้น นอกจากนี้ การมีช่องทางให้คำปรึกษาด้านภาษีที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น การให้คำปรึกษาผ่านระบบออนไลน์หรือศูนย์บริการในพื้นที่ต่าง ๆ ก็ช่วยให้ผู้ประกอบการรู้สึกมั่นใจในการปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากผู้ประกอบการมองว่าการเสียภาษีเป็นภาระที่ซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เช่น ต้องจ้างนักบัญชีหรือใช้บริการที่ปรึกษาภาษีเพื่อดำเนินการให้ อาจทำให้พวกเขามีแนวโน้มที่จะเลี่ยงภาษีหรือชะลอการเข้าสู่ระบบภาษี ดังนั้น การพัฒนาระบบภาษีให้มีความสะดวก ควบคู่ไปกับการให้แรงจูงใจที่ชัดเจน จะช่วยเพิ่มอัตราการปฏิบัติตามของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 5.1.1.5 สรุปผลการศึกษาความโปร่งใสและการสื่อสารจากภาครัฐ

ผลการศึกษาพบว่าความโปร่งใสและการสื่อสารจากภาครัฐมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ในการปฏิบัติตามกฎหมายภาษี ความโปร่งใสมายังถึงความชัดเจนของข้อมูล กฎระเบียบ และแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับภาษี รวมถึงความเป็นธรรมในการบังคับใช้กฎหมายภาษีในทุกระดับของผู้ประกอบการ หากผู้ประกอบการมีความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับภาระภาษีของตนเอง และรับรู้ว่าการปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเหมาะสมโดยไม่มีทางเลือกปฏิบัติ จะทำให้พวกเขามีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามมากขึ้น อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลที่ได้รับพบว่า ผู้ประกอบการหลายรายยังมีความกังวลเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายภาษีที่อาจมีความไม่สม่ำเสมอหรือมีลักษณะเลือกปฏิบัติ ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกไม่มั่นใจและอาจทำให้บางรายพยายามหลีกเลี่ยงภาษีแทนที่จะเข้าสู่ระบบอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการบางกลุ่มยังมองว่าภาครัฐควรให้ข้อมูลที่โปร่งใสมากขึ้นเกี่ยวกับการนำเงินภาษีไปใช้ประโยชน์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าภาษีที่พวกเขาจ่ายไปนั้นมีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศและเศรษฐกิจโดยรวม

ในด้านการสื่อสารจากภาครัฐ พบว่าผู้ประกอบการออนไลน์จำนวนมากต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่ายและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจและยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับระบบภาษีในเชิงลึก การให้ข้อมูลที่ซับซ้อนและใช้ภาษาทางกฎหมายที่เข้าใจยากอาจเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้

ผู้ประกอบการบางรายเลือกที่จะไม่เข้าสู่ระบบภาษีเพราะกังวลว่าจะดำเนินการผิดพลาด ดังนั้น ภาครัฐควรพัฒนาแนวทางการสื่อสารที่ชัดเจนขึ้น เช่น การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล เว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย หรือการให้คำแนะนำผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการออนไลน์ใช้งานอยู่เป็นประจำ นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอแนะว่าภาครัฐควรมีหน่วยงานเฉพาะที่สามารถให้คำปรึกษาด้านภาษีในลักษณะโต้ตอบได้ เช่น การเปิดช่องทางให้ผู้ประกอบการสามารถสอบถามข้อสงสัยผ่านระบบแชท หรือการจัดทำวิดีโอและเอกสารแนะนำที่เข้าใจง่าย เพื่อให้ผู้ประกอบการมีข้อมูลที่ชัดเจนในการดำเนินการเรื่องภาษีอย่างถูกต้องและมั่นใจมากขึ้น

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษา ซึ่งพบว่าปัจจัยความรู้และการรับรู้เกี่ยวกับภาษี (Tax Knowledge and Awareness) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเสียภาษีของผู้ประกอบการออนไลน์ส่วนใหญ่ ผู้ตอบหลายคนขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการเสียภาษี วิธีการคำนวณภาษี รวมถึงการจัดเตรียมเอกสารรายรับรายจ่าย ทำให้เกิดความลังเลและความผิดพลาดในการดำเนินการ แม้ว่าผู้ตอบบางรายจะพยายามศึกษาข้อมูลด้วยตนเอง แต่ข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งต่างๆ ยังไม่ชัดเจนและไม่ครอบคลุม ส่งผลให้เกิดความสับสนในการดำเนินงาน สอดคล้องกับการศึกษาของศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์ และจักริน วชิรเมธิน (2560) ทำการศึกษาเรื่องภาษีเงินได้บุคคลธรรมดากับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถือเป็นผู้มีเงินได้พึงประเมินมีสิทธิและหน้าที่ต้องชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเช่นเดียวกับผู้ประกอบการทั่วไป หากผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังไม่มีความรู้เรื่องภาษีที่ดีพอหรือมีความรู้เพียงเล็กน้อย อาจทำให้ผู้ประกอบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผิดพลาด ยื่นภาษีไม่ครบถ้วน ไม่ตรงเวลา หรือไม่ยื่นภาษีเลยเพราะไม่ทราบว่าตนเองมีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของจอมเดช ตรีเมฆ และคณะ (2566) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนา และการแก้ไขกฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย โดยผลการศึกษาพบว่าปัญหา และอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย ได้แก่ ปัญหาความเข้าใจเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ และช่องว่างทางกฎหมายเกี่ยวกับบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในต่างประเทศ

### 5.3 ข้อค้นพบจากงานวิจัย

ข้อค้นพบในงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคในการชำระภาษีของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นหลักได้สี่ด้าน คือ

ประการแรก ความยุ่งยากและความซับซ้อนของขั้นตอนการชำระภาษี ผู้ประกอบการหลายรายพบว่าการสมัครและดำเนินการผ่านระบบออนไลน์มีขั้นตอนที่ซับซ้อนและเข้าใจยาก ส่งผลให้เกิดความสับสนเกี่ยวกับประเภทภาษีที่ต้องชำระ อีกทั้งยังมีความไม่แน่ใจในข้อกำหนดของภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการทำธุรกรรมข้ามจังหวัดหรือข้ามประเทศ นอกจากนี้หลายคนยังพบว่าข้อมูลเกี่ยวกับภาษีไม่ชัดเจนและยากต่อการเข้าถึง

ประการที่สอง ผู้ประกอบการขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการคำนวณภาษี การจัดเตรียมเอกสาร และการบริหารบัญชี หลายรายไม่มั่นใจว่าต้องคำนวณรายได้และค่าใช้จ่ายสุทธิอย่างไร หรือเอกสารที่ต้องใช้มีอะไรบ้าง ทำให้เกิดความกลัวว่าจะดำเนินการผิดพลาดและส่งผลต่อภาระภาษีของตนเอง

ประการที่สาม ผู้ประกอบการขาดช่องทางให้คำปรึกษาทางภาษีจากภาครัฐอย่างชัดเจนและทั่วถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ต่างจังหวัดที่ไม่มีศูนย์ให้บริการหรือเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำแบบตัวต่อตัว ทำให้ต้องพึ่งพาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตซึ่งอาจไม่ถูกต้อง ระบบให้คำปรึกษาออนไลน์ของกรมสรรพากรยังไม่มีความสะดวกเพียงพอ ส่งผลให้ผู้ประกอบการยังคงมีข้อสงสัยและไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมั่นใจ

ประการสุดท้าย ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านภาษีเป็นอีกหนึ่งอุปสรรคสำคัญ เนื่องจากหลายรายไม่มีความรู้ด้านบัญชีและการยื่นภาษี จึงจำเป็นต้องจ้างนักบัญชีหรือสำนักงานบัญชีเพื่อช่วยดำเนินการ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นและเป็นภาระต่อธุรกิจขนาดเล็ก ปัญหาทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าระบบการชำระภาษียังไม่เอื้อต่อผู้ประกอบการออนไลน์ที่ไม่มีความรู้เฉพาะทางด้านบัญชีและภาษี ส่งผลให้หลายคนเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการยื่นภาษีหรือต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้อง ดังนั้นแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมควรมุ่งเน้นไปที่การลดความซับซ้อนของระบบภาษี การให้ความรู้ที่เข้าถึงได้ง่าย การจัดตั้งช่องทางให้คำปรึกษาที่สะดวก และการลดภาระค่าใช้จ่ายในการขอรับบริการจากผู้เชี่ยวชาญ

## 5.4 ข้อเสนอแนะ

### 5.4.1 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

จากผลการศึกษาที่ผ่านมา พบว่าผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์เผชิญกับอุปสรรคหลายประการในการปฏิบัติตามกฎหมาย ทั้งในด้านความยุ่งยากของกระบวนการยื่นภาษี ความไม่เข้าใจเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการคำนวณภาษี ความกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงและบทลงโทษ แรงจูงใจในการปฏิบัติตามที่ยังไม่เพียงพอ รวมถึงปัญหาด้านความโปร่งใสและการสื่อสารจากภาครัฐ ดังนั้น เพื่อให้ระบบภาษีมมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีโดยสมัครใจ ภาครัฐควรดำเนินมาตรการที่ครอบคลุมในหลายด้าน

อันดับแรก ภาครัฐควรปรับปรุงกระบวนการยื่นภาษีให้มีความสะดวกและเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่มีความรู้ด้านภาษีและบัญชีมากนัก การออกแบบระบบที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้ (User-friendly) เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ช่วยให้การยื่นภาษีเป็นไปโดยอัตโนมัติ หรือการใช้ AI เพื่อช่วยแนะนำประเภทภาษีที่ต้องชำระ จะช่วยลดความซับซ้อนของกระบวนการและทำให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ ภาครัฐควรจัดทำคู่มือภาษีสำหรับผู้ประกอบการออนไลน์ที่อธิบายข้อมูลในภาษาที่เข้าใจง่าย และเผยแพร่ผ่านช่องทางที่เข้าถึงได้สะดวก เช่น เว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐ และโซเชียลมีเดีย

ส่วนด้านความรู้และการอบรม ภาครัฐควรจัดโครงการฝึกอบรมเกี่ยวกับภาษีให้กับผู้ประกอบการออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการให้ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ได้จริง เช่น วิธีการคำนวณรายได้สุทธิ การจัดเตรียมเอกสารประกอบการยื่นภาษี และสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ผู้ประกอบการสามารถใช้ได้ การอบรมควรมีทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัวเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะของแต่ละธุรกิจ

สำหรับด้านความเสี่ยงและบทลงโทษ ภาครัฐควรสร้างระบบแจ้งเตือนและให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการที่อาจละเลยหรือไม่เข้าใจเรื่องภาษี แทนที่จะมุ่งเน้นไปที่การลงโทษเป็นหลัก เช่น การส่งข้อความแจ้งเตือนเมื่อใกล้ถึงกำหนดเวลาขึ้นภาษี หรือการให้โอกาสในการแก้ไขข้อผิดพลาดก่อนที่จะถูกลงโทษจริง นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดโทษที่เป็นธรรมและสอดคล้องกับขนาดของธุรกิจ เพื่อไม่ให้เป็นการระงับไปต่อผู้ประกอบการรายเล็ก

นอกจากนั้นในด้านแรงจูงใจ รัฐควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเห็นถึงประโยชน์ของการเสียภาษี เช่น การใช้จ่ายภาษีไปพัฒนาสาธารณูปโภคและโครงการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์โดยตรง เช่น การพัฒนาระบบขนส่งพัสดุ หรือการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ที่เสียภาษีอย่างถูกต้อง เช่น การลดหย่อนภาษีในปีถัดไป หรือการให้โอกาสเข้าร่วมโครงการสนับสนุนธุรกิจจากภาครัฐ

สุดท้าย ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับความโปร่งใสและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ รัฐควรจัดทำช่องทางให้คำปรึกษาที่สะดวก เช่น ศูนย์บริการภาษีออนไลน์ที่สามารถตอบคำถามแบบเรียลไทม์ หรือการเปิดช่องทางให้ผู้ประกอบการสามารถแจ้งข้อร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาภาษีที่พบเจอได้โดยตรง นอกจากนี้ ควรเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้จ่ายภาษีให้ชัดเจน เพื่อให้ประชาชนเห็นถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการเสียภาษี และสร้างความเชื่อมั่นว่าระบบภาษีมีความเป็นธรรมและโปร่งใสอย่างแท้จริง

#### 5.4.2 ข้อเสนอแนะต่อสังคม

จากผลการศึกษาพบว่าความเข้าใจและการปฏิบัติตามภาษีของผู้ประกอบการออนไลน์ได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย รวมถึงการรับรู้ภาษี ทักษะคิดและการยอมรับต่อการเสียภาษี การรับรู้ความเสี่ยงและการถูกลงโทษ แรงจูงใจในการปฏิบัติตาม และความโปร่งใสของภาครัฐ ดังนั้น สังคมควรมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมวัฒนธรรมภาษีที่ถูกต้อง โดยสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของภาษีต่อการพัฒนาประเทศและการดำเนินชีวิตของประชาชน โดยรวม สังคมสามารถช่วยลดช่องว่างด้านความรู้และความเข้าใจในเรื่องภาษีโดยสนับสนุนให้มีแหล่งข้อมูลที่เข้าถึงได้ง่าย ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ในชุมชนออนไลน์ หรือจัดให้มีเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการ นอกจากนี้ สังคมควรช่วยสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนและผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีโดยเน้นถึงผลประโยชน์ที่ได้รับ เช่น การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี การสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อทางธุรกิจ และการได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้า อีกทั้งควรช่วยส่งเสริมความโปร่งใสของการจัดเก็บและใช้จ่ายภาษีของภาครัฐผ่านการตรวจสอบและตั้งคำถามในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนา ระบบภาษีให้มีความสะดวกและเป็นธรรมมากขึ้น นอกจากนี้ สังคมยังสามารถมีบทบาทในการสร้างวัฒนธรรมการบริโภคที่สนับสนุนผู้ประกอบการที่เสียภาษีอย่างถูกต้อง ซึ่งจะช่วยสร้างแรงกดดันให้ธุรกิจที่อยู่นอกระบบต้องปรับตัวและเข้าสู่ระบบภาษีอย่างเต็มรูปแบบ การให้การยอมรับและสนับสนุนผู้ที่ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้องจะช่วยสร้างสมดุลระหว่างการแข่งขันทางธุรกิจ

และการทำให้ระบบเศรษฐกิจมีความยั่งยืนในระยะยาว หากสังคมสามารถร่วมมือกันในหลากหลายมิติเหล่านี้ จะช่วยส่งเสริมให้ระบบภาษีของประเทศมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นที่ยอมรับมากขึ้น ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลและสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้ประกอบการออนไลน์ทุกกลุ่ม

#### 5.4.3 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการออนไลน์ยังคงเผชิญกับความท้าทายด้านความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางภาษี ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเอง เพื่อให้สามารถวางแผนภาษีได้อย่างถูกต้อง และหลีกเลี่ยงปัญหาทางกฎหมายในอนาคต ควรติดตามข่าวสารและการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายอย่างสม่ำเสมอ โดยอาจเข้าร่วมการอบรม สัมมนา หรือใช้ช่องทางออนไลน์ในการหาข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เช่น เว็บไซต์ของกรมสรรพากรหรือที่ปรึกษาทางภาษีที่มีความเชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจัดทำบัญชีและเอกสารทางการเงินอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถคำนวณภาษีได้อย่างถูกต้อง รวมถึงสามารถใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงในกรณีที่ต้องมีการตรวจสอบจากหน่วยงานรัฐ การใช้ซอฟต์แวร์บัญชีหรือจ้างนักบัญชีเพื่อช่วยจัดการภาษีอาจเป็นทางเลือกที่ดีในการลดข้อผิดพลาด นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรมีทัศนคติที่เปิดกว้างต่อการเสียภาษี โดยตระหนักว่าภาษีเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ หากปฏิบัติตามกฎหมายภาษีอย่างถูกต้อง นอกจากจะช่วยลดความเสี่ยงทางกฎหมายแล้ว ยังช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของธุรกิจในสายตาของลูกค้าและคู่ค้า ซึ่งจะส่งผลดีต่อการขยายตัวของธุรกิจในระยะยาว อีกทั้งควรพิจารณาถึงผลกระทบของการหลีกเลี่ยงภาษี ไม่เพียงแต่ในแง่ของบทลงโทษที่อาจเกิดขึ้น แต่ยังรวมถึงการเสียโอกาสทางธุรกิจ เช่น การไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีหรือความยากลำบากในการเข้าถึงสินเชื่อธุรกิจ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมให้มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ด้านภาษี รวมถึงเสนอแนะต่อภาครัฐเพื่อให้มีมาตรการสนับสนุนที่เหมาะสม ผู้ประกอบการที่ปรับตัวเข้าสู่ระบบภาษีอย่างถูกต้องจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและเติบโตอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

#### 5.4.4 ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษานี้ได้ให้ภาพรวมเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการปรับปรุงระบบ ภาษีสำหรับผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นสำคัญที่สามารถขยายผล และพัฒนาเพิ่มเติมในงานวิจัยครั้งต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำไปสู่การ ปรับปรุงนโยบายด้านภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อันดับแรก ควรมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ประกอบการในการปฏิบัติตาม ภาษี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการวิจัย เชิงชาติพันธุ์วรรณนา (Ethnographic Study) เพื่อให้เข้าใจถึงเหตุผลที่แท้จริงที่ทำให้ผู้ประกอบการ เลือกรูปแบบการปฏิบัติตามหรือหลีกเลี่ยงภาษี ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม ทศนคติ หรืออิทธิพล จากสังคม รวมถึงควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของผู้ประกอบการในการเสียภาษี เช่น บทบาทของแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) และแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) รวมถึงศึกษาผลกระทบของแรงจูงใจต่ออัตราการปฏิบัติตามภาษีอย่างเป็นระบบ สิ่งนี้จะช่วยให้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถออกแบบมาตรการจูงใจที่เหมาะสม เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทาง ภาษีหรือการลดขั้นตอนการเสียภาษีให้สะดวกขึ้น

อีกประเด็นที่ควรให้ความสำคัญคือ การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประเทศเกี่ยวกับระบบ การจัดเก็บภาษีจากผู้ประกอบการออนไลน์ เพื่อเรียนรู้แนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) จากประเทศ ที่ประสบความสำเร็จในการสร้างระบบภาษีที่เป็นธรรมและมีประสิทธิภาพ การศึกษานี้ อาจพิจารณาถึงรูปแบบการจัดเก็บภาษี มาตรการบังคับใช้ และกลยุทธ์ในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ เข้าสู่ระบบภาษีโดยสมัครใจ นอกจากนี้ การวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาถึงผลกระทบของนโยบาย ภาษีที่มีต่อเศรษฐกิจดิจิทัลในวงกว้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการเติบโตของธุรกิจออนไลน์ การแข่งขันในตลาด และพฤติกรรมของผู้บริโภค การใช้แบบจำลองเศรษฐมิติ (Econometric Modeling) อาจเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการประเมินผลกระทบเหล่านี้ ในประการสุดท้าย การศึกษานี้ควรเน้นไปที่การออกแบบแนวทางเชิงนโยบายที่เป็นรูปธรรม โดยอาศัย แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้ได้แนวทางที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและ สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย งานวิจัยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ ช่วยอำนวยความสะดวกในการชำระภาษี รวมถึงการนำเทคโนโลยี เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ บล็อกเชน (Blockchain) มาใช้เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและลดต้นทุนในการบริหารจัดการเก็บภาษี

จึงสามารถสรุปได้ว่างานวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตไปสู่การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ประกอบการ ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามภาษี การศึกษาเปรียบเทียบระดับนานาชาติ และผลกระทบของนโยบายภาษีต่อเศรษฐกิจดิจิทัล รวมถึงการออกแบบแนวทางปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้จริง เพื่อช่วยให้ระบบภาษีในประเทศไทยมีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถรองรับการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลในอนาคต



## บรรณานุกรม

- กิตติ ภัคดีวัฒนกุล และ ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2552). การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce). กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม. (2546). การคลังว่าด้วยการจัดสรรและการกระจาย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรมสรรพากร. (2560). กิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษี. สืบค้นจาก <https://www.rd.go.th/publish/53537.0.html>.
- กรมสรรพากร. (2561). ความรู้เกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ (ออนไลน์). สืบค้นจาก <https://www.rd.go.th/publish/26228.0.html>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2567. สืบค้นจาก <https://mots.go.th/news/category/760>.
- กระทรวงยุติธรรม. (2564). กฎหมายนำรู้ ตอนที่ 256: พ.ร.บ.ภาษี e-Service ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มจากต่างประเทศ. สืบค้นจาก <https://www.moj.go.th/view/54557>.
- จอมเดช ศรีเมฆ, ศศิภัทรา ศิริวาโท, ชัชกร ชิตลักษณ์, รสธร ผู้บรรเทง และวีรญา อังศุธรถาวริน. (2567). แนวทางในการพัฒนาและการแก้ไขกฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย. วารสารนวัตกรรมสังคม, 7(1), 93-124.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2567). เปิด 12 อันดับแพลตฟอร์มท่องเที่ยวออนไลน์ ทำรายได้สูงสุดให้โรงแรมไทยปี 66. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1111368>.
- ไทยรัฐ. (2561). เก็บภาษีออนไลน์. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/1439493>
- ชนิดา อัสวโยธิน. (2562). การตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารการบัญชีและการจัดการ, 15(2), 160-172.
- ธรรมรัตน์ ธารีรัตน์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในประเทศไทย (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). องค์การและการบริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ. (2561). การตลาดทางตรง. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บริษัท ซอร์ตเอาท์ จำกัด (Zortout). (2563). การทำธุรกิจออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จทำได้  
อย่างไร ให้แบรนด์ดีติดตลาดยอดขายเติบโต. สืบค้นจาก. <https://www.zortout.com>.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- บุญขจร มุสิกโก. (2562). ผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการซึ่งขายสินค้าออนไลน์ที่เกิดจากการรายงานข้อมูลของบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะ: ศึกษากรณีผู้มีเงินได้เป็นบุคคลธรรมดา (Unpublished Independent study). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- นธพร สิงห์เงิน. (2564). กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Facebook, Instagram, Line, Tiktok ของเจนวายในกรุงเทพมหานคร (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.
- พิมพ์ชนก ยิ้มยลศล. (2565). ทศนคติต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์อิสระในเขตกรณีศึกษาตลิ่งชัน (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, กรุงเทพฯ.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี คณะวิทยาการจัดการ. (2560). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีอากร. สืบค้นจาก <https://www.udru.ac.th>.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2544). พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544. เล่ม 118 ตอนที่ 112 ก หน้า 26. ประกาศใช้ 2 ธันวาคม 2544.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2545). พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. เล่ม 119 ตอนที่ 40 ก หน้า 1-16. ประกาศใช้ 30 เมษายน 2545.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2562). พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562. เล่ม 136 ตอนที่ 69 ก หน้า 52. ประกาศใช้ 27 พฤษภาคม 2562.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2564). พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 53) พ.ศ. 2564. เล่มที่ 138 ตอนที่ 11 ก หน้า 1-5. ประกาศใช้ 10 กุมภาพันธ์ 2564.
- วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม. (2560). เอกสารประกอบการสอนรายวิชา: พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- วิชุดา นาราทรัพย์. (2558). ปัญหาการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: ศึกษากรณีการซื้อขายสินค้าที่มีรูปร่างผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการจดทะเบียนภายในราชอาณาจักร (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.
- วารภรณ์ บุญเต็ม. (2559). ประสิทธิภาพเป็นมาของ E-Commerce. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/ecommercepa02/home/prawati-khwam-pen-ma-khxng-e-commerce>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- วรวิทย์ ศิริมหาพฤกษ์. (2560). *การตรวจสอบภาษีเกี่ยวกับธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์ และจักริน วชิรเมธิน. (2560). ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดากับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 9(Special), 236–248.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุกร เสรีรัตน์, ปริญ ลักมิตานนท์ และองอาจ ปทะวานิช. (2538). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (2563). *พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบูรณ์. (2566). จังหวัดเพชรบูรณ์จัด โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะขามแปรรูปและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์มะขามแปรรูปสู่ OTOP Premium และส่งเสริมช่องทางการตลาดเชิงรุกในยุค New Normal. สืบค้นจาก <https://phetchabun.cdd.go.th/2023/06/09/0906256601>
- สถานีวิทยุแห่งชาติ. (2561). สรุปรูป “เก็บภาษีขายของออนไลน์” เริ่มเมื่อไหร่ ใ้กับใครบ้าง. สืบค้นจาก <https://money.kapook.com/view203300.html>
- อัญตินันท์ นันทพันธ์. (2558). *ประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ภาษีมูลค่าเพิ่มของสำนักงานสรรพากรภาค 8. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- อริยพร โพธิโส. (2565). การจัดเก็บภาษีเงินได้จากการขายสินค้าออนไลน์. สืบค้นจาก [https://www.senate.go.th/assets/portals/93/fileups/272/files/S%E0%B9%88ub\\_Jun/11all/all95.pdf](https://www.senate.go.th/assets/portals/93/fileups/272/files/S%E0%B9%88ub_Jun/11all/all95.pdf)
- เอี่ยมพร หนองเสนา. (2558). *ประวัติและประเภท E-commerce*. สืบค้นจาก <http://auimporn.blogspot.com/2010/01/e-commerce.html>
- Allingham, M. G., & Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. *Journal of Public Economics*, 1(3-4), 323-338.
- Alm, J. (2019). Tax compliance and administration. In B. M. Connolly (Ed.), *The Routledge handbook of taxation* (pp. 85-108). Routledge.
- ASTV Manager Online. (2015). *Revenue Department pulled E-Commerce Entrepreneurs over 90,000 with business value greater than 700,000 million baht into tax system*. Retrieved from <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000120583>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Bangkokbiz News. (2021). พาณิชย์ชี้ค้าออนไลน์ไทยโตต่อ หวัง “แพลตฟอร์ม” ยักษ์ครองตลาด. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/business/928491>
- BLT Bangkok. (2019). สสำรวจเผยคนไทยชอบออนไลน์สูงเป็นอันดับ 3 ของโลก พบกลุ่มลูกค้าเป็นผู้หญิงถึงร้อยละ 59. *BLT Bangkok*. Retrieved from [www.bltbangkok.com/bangkok-update/4774/](http://www.bltbangkok.com/bangkok-update/4774/)
- Braithwaite, V. (2009). *Defiance in taxation and governance: Resisting and dismissing authority in a democracy*. Cheltenham, UK and Northampton, USA: Edward Elgar.
- Chung-Hoon, P., & Young-Gul, K. (2003). Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context. *Journal of Business Research*, 57(6), 864–870.
- Digital Geek CO., LTD. (2018). ธุรกิจออนไลน์ คืออะไร. Retrieved from [www.igitalgeek.com/blog/การทำธุรกิจออนไลน์/ธุรกิจออนไลน์-คืออะไร](http://www.igitalgeek.com/blog/การทำธุรกิจออนไลน์/ธุรกิจออนไลน์-คืออะไร)
- Department of Business Development. (2015). *Do you know that E-Commerce has to attend Commercial Registration*. Retrieved from [http://www.dbd.go.th/more\\_news.php?cid=188](http://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=188)
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York: Plenum Press.
- European Union. (2019). *e-Commerce*. Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Glossary:E-commerce>
- Feld, L. P., & Frey, B. S. (2007). Tax compliance as the result of a psychological tax contract: The role of incentives and responsive regulation. *Law & Policy*, 29(1), 102-120.
- Gotoknow ครุสมใจ. (n.d.). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษีอากร*. Retrieved from <https://www.gotoknow.org>.
- James, S., & Alley, C. (2002). Tax compliance, self-assessment, and tax administration in New Zealand—Is the carrot or the stick more appropriate to encourage compliance. *New Zealand Journal of Taxation Law and Policy*, 8, 23-45.
- Kimura, R. (n.d.). *ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์*. Retrieved from <https://www.wisible.com/ปัจจัยสู่ความสำเร็จ-ของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kirchler, E. (2007). *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge University Press.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- MarketingOops. (2022). เปิดทุกสถิติแบบม้วนเดียวจบ เช็ทเทรนด์ Social – Live Commerce กับ การช้อป การซื้อของคนไทย. Retrieved from <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/social-and-live-commerce-trend-by-shopline-thailand/>
- MGR Online. (2015). *Online Commerce must read! It's time to organize Pantip Website - Kai Dee- Announce - Auction "Ministry of Commerce" asked for online commerce to register*. Retrieved from <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9580000139161>
- Richardson, G., & Sawyer, A. J. (2001). A taxonomy of the tax compliance literature: Further findings, problems and prospects. *Australian Tax Forum*, 16, 137-320.
- Slemrod, J., & Yitzhaki, S. (2002). Tax avoidance, evasion, and administration. In A. J. Auerbach & M. Feldstein (Eds.), *Handbook of public economics* (Vol. 3, pp. 1423-1470). Elsevier.
- Startup. (2019). *กิจการการช้อปปิ้งในประเทศไทย*. Retrieved from <https://www.smethailandclub.com/startup-digitalmarketing/4386.html>.
- The Revenue Department. (2007). *Value Added Tax: Electronic Books Download*. Retrieved from <http://www.rd.go.th/publish/48565.0.html>
- The Revenue Department. (2013). *Corporate Income Tax and Value Added Tax*. Retrieved from <http://www.rd.go.th/publish/35683.0.html>
- The Revenue Department. (2014). *The filing of E-Commerce*. Retrieved from <http://www.rd.go.th/publish/26215.0.html>
- The Revenue Department. (2015). *Tax Manual for E-Commerce*. Retrieved from <http://www.rd.go.th/publish/20048.0.html>.
- The Revenue Department. (2016). *Adjustment of Personal Income Tax's Structures that will become effective in 2017*. Retrieved from [http://www.rd.go.th/publish-fileadmin/user\\_upload/news/news15\\_2559.pdf](http://www.rd.go.th/publish-fileadmin/user_upload/news/news15_2559.pdf).

## บรรณานุกรม (ต่อ)

The Technical Advisory Group on Treaty Characterisation of Electronic Commerce Payments.

(n.d.). *Tax treaty characterisation issues arising from e-commerce*. Retrieved from

<http://www.oecd.org/dataoecd/46/34/1923396.pdf>.







## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 1 เพศชาย อายุ 27 ปี เจ้าของแบรนด์ CHUBBY

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

**ตอบ** ตอนนี้นำธุรกิจออนไลน์ โดยทำแบรนด์สินค้าในกลุ่ม Health & Beauty เช่น แผ่นแปะสิว , เจลล้างหน้า ซึ่งเริ่มต้นธุรกิจตั้งแต่ปี 2556 และมาเริ่มทำจริงจังในปี 2565 ปัจจุบันยังทำธุรกิจเพิ่มเติมในด้านของการฝึกอบรมทางด้านการ ทำการตลาดออนไลน์

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

**ตอบ** ปัจจุบันการรับเงินจากลูกค้า มีช่องทางการชำระเงินอยู่ 3 เส้นทาง 1.ลูกค้าชำระกับบริษัท โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นการโอน หรือเก็บปลายทาง 2.ลูกค้าชำระผ่านตัวกลาง ไม่ว่าจะเป็แพลตฟอร์มต่างๆ Shopee, Lazada, TikTok, eveandboy 3. ลูกค้าชำระผ่านบัญชีส่วนตัว ยอดขายต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 2-3 ล้านบาทต่อเดือน 30 ล้านบาทต่อปี

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมจึงทำเช่นนั้น

**ตอบ** ช่วงแรกไม่ทราบเลย คิดแค่ว่าซื้อมาขายไปก็จบ แต่เริ่มเห็นข่าวผู้ขายออนไลน์ โดนภาษีย้อนหลังกันเยอะ จึงเริ่มจากการหาความรู้ด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ต และตามคอร์สให้ความรู้เกี่ยวกับภาษีต่างๆ ปัจจุบันเริ่มชำระภาษีและจดทะเบียนถูกต้อง เนื่องจากเป็นสิ่งที่ควรทำ พอทำแล้วสบายใจกว่า แต่รายละเอียดการชำระภาษี ค่อนข้างเยอะ และหลายข้อ ทำให้ยังมีข้อผิดพลาดอยู่

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

**ตอบ** ช่วงแรกไม่ทราบเลย ไม่เคยชำระภาษี จนกระทั่งเริ่มมีข่าวการเก็บภาษีย้อนหลัง เริ่มมีคนโดนเรียกตรวจสอบบัญชีจากการมสรรพากร เลยไปศึกษาข้อมูล เพราะถ้าโดนย้อนหลังจะโดนหลายเท่า ปัจจุบันเริ่มนำเงินเข้าระบบบริษัทเป็นหลัก และทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายทุกวัน เพื่อที่จะชำระภาษีให้ถูกต้อง ในปี 2567 โดยความรู้ที่ได้มาจากการศึกษาด้วยตนเอง และยังมีบางส่วนที่ไม่ค่อยเข้าใจ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีไม่ได้มีการแนะนำแต่อย่างใด

5. โปรระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ หากชำระภาษีผ่านระบบมีความยุ่งยาก ซับซ้อน ในการเปิดสมัครตั้งแต่ครั้งแรก จึงไม่ยอมทำในครั้งต่อไป

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์เสียภาษีโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ควรจะต้องมีวิธีการในการให้ความรู้ ให้ความเข้าใจ ที่ชัดเจน ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดูเป็นมิตรกับผู้ประกอบการมากขึ้น เพราะการที่กรมสรรพากรมาเรียกเก็บภาษีย้อนหลัง ดูไม่ค่อยแฟร์เท่าไร กับคนที่ไม่มีความรู้ในด้านการเสียภาษีเลย หากให้ความรู้ความเข้าใจแล้วบุคคลนั้นยังทำผิดอยู่ ก็ให้ดำเนินตามกฎหมาย



## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 2 เพศชาย อายุ 35 ปี ทำงานที่บ้าน เป็นเจ้าของกิจการ

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

**ตอบ** เริ่มทำธุรกิจออนไลน์ตั้งแต่ปี 2554 ขายสินค้าในกลุ่มผลไม้แปรรูป เช่น มะขามแช่อิ่ม มะขามคลุกน้ำตาล มะม่วงดอง ผลไม้ตามฤดูกาล และสินค้ากระแสในช่วงเทรนด้นั้นๆ เริ่มขายจริงจังช่วงปี 2565 โดยขยายการลงขายสินค้าผ่านทุกแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น SHOPEE, LAZADA, TIKTOK, FACEBOOK

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

**ตอบ** ขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ลูกค้าชำระเงิน โดยการโอนเข้าบัญชีส่วนตัว หรือรับเป็นเงินสด กรณีที่ลูกค้านัดรับ และ รับเงินโอนเข้าบัญชีส่วนตัว จากแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่ลูกค้าทำการสั่งซื้อ ยอดขายประมาณ 3 แสนบาท/เดือน

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมจึงทำเช่นนั้น

**ตอบ** ทราบจากข่าวทางโซเชียลและเพื่อนในสายธุรกิจเดียวกัน ว่าโดนเรียกตรวจสอบบัญชี และโดนค่าปรับย้อนหลัง ที่ผ่านมายังไม่เคยชำระและยังไม่เคยโดนเรียกตรวจสอบ แต่คิดว่าในปี 2567 จะทำให้ถูกต้อง เพราะกลัวโดนเก็บภาษีย้อนหลัง

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

**ตอบ** ช่วงแรกไม่ทราบ แต่ตอนนี้ทราบแล้ว แต่ยังไม่เข้าใจทั้งหมดเพราะมีหลายขั้นตอนมากเกินไป กำลังศึกษาข้อมูลเพื่อที่จะเสียภาษีให้ถูกต้อง ไม่ค่อยมีหน่วยงานแนะนำ

5. โปรดระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

**ตอบ** หากชำระผ่านระบบ ระบบมีขั้นตอนยาก สลับซับซ้อน อ่านแล้วยังไม่เข้าใจบางอย่าง ยังไม่เข้าใจว่าต้องเสียภาษีอะไรบ้าง เพราะเห็นมีหลายหัวข้อ

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์เสียภาษีโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ให้เสียภาษีถูกต้อง แต่อยากให้มียกเว้นภาษีที่ถูกลงหรือ ทางผู้เสียสามารถตรวจสอบเงินที่เสียไปว่านำไปทำอะไรประโยชน์อะไร หากเห็นว่าเงินที่เสียไปนั้นทำให้คุณภาพชีวิตในสังคมดีขึ้น ก็อยากที่จะจ่ายภาษีโดยไม่ต้องมาสู้ศึกเสียค่าเงินที่จ่ายไป



## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 3 เพศหญิง อายุ 28 ปี ทำงานที่บ้าน เป็นเจ้าของกิจการ

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

ตอบ เริ่มตั้งแต่ปี 2559 โดยการเปิดบิลสินค้าหลากหลายประเภท มาขายทาง Facebook / Line / Shopee อันดับแรกคือศึกษาช่องทางการขายในแต่และแพลตฟอร์ม ศึกษาข้อมูลสินค้า และขายในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ เข้าใจคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม และนำลงขายในแพลตฟอร์มต่างๆ

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

ตอบ ขายผ่านช่องทางออนไลน์ การรับเงินจากลูกค้า ช่วงแรก รับเงินโดยการโอนเข้าบัญชีส่วนตัว เพราะยังยอดขายไม่เยอะ ไม่รู้แนวทางการเติบโตสักเท่าไร ยอดขาย 50,000+ / เดือน หรือ 400,000+ / ปี แล้วแต่บางเดือนได้มากหรือได้น้อย ต่อมากิจการเติบโตขึ้น ยอดขายสูงสุด 10 ล้าน + / เดือน เลยต้องเริ่มนำเข้าระบบบริษัท รับเงินผ่านบัญชีบริษัท แต่จะมีกรณีที่ลูกค้านัดรับ จะรับเป็นเงินสด

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมจึงทำเช่นนั้น

ตอบ ช่วงแรกไม่ทราบเลย มาทราบเพราะโดนเรียกตรวจสอบบัญชีย้อนหลัง จากการโพสต์ยอดขาย และโดนค่าปรับย้อนหลังไป 7 ล้านบาท ปัจจุบันเริ่มนำเข้าระบบบริษัททุกอย่าง และจ้างสำนักบัญชีมาทำบัญชีเพื่อยื่นงบ โดยส่วนตัวยังไม่ค่อยเข้าใจเรื่องการเสียภาษีเท่าไร เพราะมีหลายแบบและหลายขั้นตอน จึงต้องจ้างนักบัญชีมาเพื่อทำแทน แต่ก็อยากมีความรู้เพื่อเอาไว้ตรวจสอบนักบัญชี กำลังศึกษาแนวทาง

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

ตอบ ช่วงแรกไม่ทราบ ไม่มีความรู้ในการเสียภาษีเลย หลังๆ ยอดเยอะขึ้นต้องเสีย เพราะสรรพากรตรวจเช็คย้อนหลัง หากมีเงินได้เกิน 120,000 ต่อปี จำเป็นต้องยื่นภาษี และเก็บเอกสารทุกใบไว้เพื่อลดหย่อน เราเป็นบุคคลผู้มีรายได้ จึงไม่ควรหลีกเลี่ยงการจ่ายภาษีในแต่ละปี เพื่อจะได้ไม่ให้เกิด

เหตุการณ์ โคนค่าปรับจากการเรียกเก็บภาษีย้อนหลัง เพราะฉะนั้นจึงทำให้ถูกต้องและชำระตามปกติทุกเดือนทุกปี แต่จะมีบางกรณี ที่เราจะต้องส่งบไม่ตรงกับยอดซื้อขายจริง เช่น คู่ค้า ไม่สามารถออกใบเสร็จ/ใบกำกับภาษี ในการซื้อได้ ทำให้ไม่มีหลักฐานในการหักค่าใช้จ่าย หรือ บางที่ลูกค้าซื้อเยอะนำเงินสดมาให้ เราไปซื้อต่อก็ต้องนำเงินสดไปจ่าย กรณีนี้จะไม่ได้นำเข้าระบบบริษัทว่ามีการซื้อขาย เพราะ ทางผู้ขายก็ไม่สามารถออกหลักฐานการรับเงินให้เราได้ ทำให้ไม่มีหลักฐานในการจ่าย

5. โป้รระบุนปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ กรณีการขอคืนเงินภาษีนั้น เมื่อมีการทำรายการยื่นผ่านระบบมักถูกตรวจสอบและขอเอกสารเพิ่มเติมอีกทั้ง โดยส่วนใหญ่ยังถูกเรียกให้ชำระเงินภาษีเพิ่ม ซึ่งตรงข้ามกับการยื่นเอกสารกับสรรพากรที่ดำเนินการครั้งเดียวจบ

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์เสียภาษีโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ควรจะมีมาตรการละเว้นภาษีเงินได้ส่วนบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์ สำหรับเงินได้ บ้าง เพราะจะเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระผู้ประกอบการ หรือมีนโยบายที่เอื้อให้กับผู้ประกอบการ และควรจะต้องเห็นความสำคัญกับการให้ความรู้ในด้านการเสียภาษี เริ่มต้นจากในชั้นเรียน เพราะตั้งแต่เคยเรียนมาไม่มีการสอนเรื่องการจ่ายภาษี ทำให้ไม่รู้ จนต้องมาเจอประสบการณ์ในชีวิตจริงถึงรู้

## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 4 เพศหญิง อายุ 35 ปี ทำงานที่บ้าน เป็นเจ้าของกิจการ

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

ตอบ ตอนนี้ทำธุรกิจออนไลน์ โดยทำแบรนด์สินค้าในกลุ่มผลไม้แปรรูป ขายผ่านช่องทางออนไลน์ เริ่มทำธุรกิจตั้งแต่ปี 2560 แต่มาเริ่มทำจริงจังในปี 2565 จนถึงปัจจุบัน มีการนำผลไม้ประจำจังหวัดมาแปรรูป โดยไปรับซื้อจากตามร้านขายของฝาก มาบรรจุใส่ถุง และลงขาย

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

ตอบ ขายสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มต่างๆ โดยการยิงแอด และไลฟ์ขาย ปัจจุบันการรับเงินจากลูกค้า โดยช่องทางการชำระเงินจากแพลตฟอร์มต่าง เช่น Shopee, Lazada, TikTok และผ่านบัญชีส่วนตัว ยอดขายต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 2-3 แสนบาทต่อเดือน ตกปีละประมาณ 3 ล้านบาท

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมจึงทำเช่นนั้น

ตอบ ไม่เคยมีความรู้หรือทราบถึงการเสียภาษี จึงได้มีการเรียนรู้ด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ต ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับภาษีต่างๆ โดยในปัจจุบันได้มีการเริ่มชำระภาษีและจดทะเบียนถูกต้อง เนื่องจากเป็นสิ่งที่ควรทำ แต่รายละเอียดการชำระภาษี มีเยอะ และหลายข้อ ทำให้ยังมีข้อผิดพลาดบ้าง

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

ตอบ ช่วงเปิดกิจการแรกๆ ไม่ทราบ และไม่เคยชำระภาษี จนเห็นข่าวจากเพื่อนๆ ที่ขายสินค้าเหมือนกัน ว่าโดนเก็บภาษีย้อนหลัง จึงได้ปรึกษาสำนักบัญชี และจ้างพนักงานบัญชี เข้ามาทำเอกสารต่างๆ เพื่อที่จะชำระภาษีให้ถูกต้อง แต่ส่วนตัวก็ยังไม่มีความรู้แม่นยำมาก ยังต้องศึกษาอีกหลายอย่าง

5. โปรดระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ การเปิดสมัครชำระภาษีผ่านระบบในครั้งแรกมีความยุ่งยาก ซับซ้อน ทำให้ไม่อยากชำระเอง

เพราะไม่ค่อยเข้าใจ ไม่รู้จะต้องยื่นแบบไหน ต้องจ้างให้นักบัญชีทำ ซึ่งเราไม่มีความรู้ในการตรวจสอบ

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เสียภาษีโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ควรหาวิธีในการให้ความรู้ ให้ความเข้าใจ ที่ชัดเจน และง่ายไม่ซับซ้อน ให้นำหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปอธิบายกับผู้ประกอบการมากขึ้น เพื่อให้ทราบถึงการเสียภาษีได้ถูกต้อง และไม่เกิดข้อผิดพลาด และควรเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการชำระภาษีเข้าไปในหลักสูตรการเรียน



## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 5 เพศหญิง อายุ 40 ปี ทำงานที่บ้าน เป็นเจ้าของกิจการ

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

ตอบ เริ่มการเปิดธุรกิจตั้งแต่ปี 2557 โดยการทำสินค้าเกี่ยวกับเครื่องสำอาง สกินแคร์ ผ่านทาง Facebook / Line / Shopee โดยการ ศึกษาข้อมูลสินค้า และขายในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ดูเทรนด์สินค้าใหม่ตลอด ให้ทันกระแส เพื่อกระตุ้นยอดขาย

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

ตอบ ขายผ่านช่องทางออนไลน์ หลายแพลตฟอร์ม ทั้งยิงแอด ไลฟ์ขาย ปักตะกร้ารับค่าคอม การรับเงินจากลูกค้า ให้โอนเข้าบัญชีส่วนตัวในช่วงเปิดกิจการช่วงแรก ยอดขายประมาณ 70,000 บาทต่อ เดือน ต่อมาก็มีการเติบโตขึ้น ยอดขายสูงสุด 3 ล้านบาท/เดือน จึงมีการรับเงินผ่านบัญชีบริษัท แต่จะมีกรณีลูกค้าซื้อราคาส่ง จะรับเงินเข้าบัญชีส่วนตัว เพราะลูกค้าก็ใช้บัญชีส่วนตัว

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมจึงทำเช่นนั้น

ตอบ ไม่ทราบถึงการเสียภาษีเลย ไม่รู้ว่าถ้าเรามีรายได้จะต้องเสียภาษี มาทราบเพราะโดนเรียกตรวจสอบบัญชีย้อนหลัง จากการโพสต์ยอดขาย และลงรูปส่งสินค้าจำนวนเยอะ ปัจจุบันเริ่มนำเข้าระบบบริษัททุกอย่าง และจ้างสำนักบัญชีมาทำบัญชีเพื่อย่นจบ

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

ตอบ ตอนเริ่มทำ ไม่ทราบว่าต้องเสียภาษีเลย ช่วงหลังเห็นข่าว ที่สรรพากรตรวจเช็คย้อนหลัง ทำให้เริ่มศึกษาเรื่องการเสียภาษี เพื่อจะได้ไม่ให้เกิดเหตุการณ์ โดนค่าปรับจากการเรียกเก็บภาษีย้อนหลัง ขั้นตอนในการจ่ายภาษี มีหลายขั้นตอนมาก ทำให้เราไม่ค่อยเข้าใจมากนัก ว่าต้องยื่นแบบชนิดใดบ้าง ปัจจุบัน ได้จ้างพนักงานบัญชีให้เข้ามาช่วยดูแลเรื่องเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการซื้อขาย ทำให้ขั้นตอนต่างๆง่ายขึ้น เพราะไม่ต้องทำเอง

5. โปรระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ ไม่สามารถยื่นเองได้ เพราะกลัวผิดพลาด ต้องจ้างสำนักบัญชีให้ช่วยทำ เพราะไม่มีความเข้าใจในการชำระภาษีแต่ละชนิด ต้องศึกษาข้อมูลอีกหลายอย่าง

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เสียภาษีโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ให้เสียภาษีให้ถูกต้อง และต้องบอกให้เห็นภาพผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการชำระภาษี ทำให้ผู้ประกอบการเห็นว่าการเสียภาษีไม่ได้น่ากลัว และให้เห็นถึงความคุ้มค่า และบังคับให้ผู้ที่จะประกอบธุรกิจต่างๆ ก่อนจะจดทะเบียน ควรมีการสอบ เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องภาษี ถ้าสอบผ่านถึงให้ดำเนินการได้ จะได้ไม่มีปัญหาภายหลัง





ตอบ ปัญหาหลักที่ผมพบคือความซับซ้อนของขั้นตอนการยื่นภาษี อีกทั้งระบบของกรมสรรพากรส่วนใหญ่ออกแบบมาให้คนที่มีความรู้ด้านบัญชีใช้งาน ทำให้ผมรู้สึกว่าจะต้องจ้างผู้เชี่ยวชาญในการช่วยดำเนินการ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่ผมไม่อยากเสีย

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เสียภาษีโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ผมคิดว่าภาครัฐควรมีมาตรการให้ความรู้กับผู้ประกอบการรายย่อยเกี่ยวกับการยื่นภาษีออนไลน์แบบง่ายๆ รวมถึงทำคู่มือที่เข้าใจง่าย หรือจัดอบรมฟรีเพื่อให้คำแนะนำอย่างละเอียด นอกจากนี้ควรมีช่องทางการสอบถาม โดยตรงที่สะดวกและตอบกลับได้รวดเร็ว



## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 7 เพศหญิง อายุ 35 ปี ชายของฝาก (มะขามแปรรูป)

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

ตอบ เริ่มทำเมื่อประมาณ 3 ปีที่แล้ว โดยฉันเริ่มจากการทำขนมมะขามขายในงานเทศกาลต่างๆ ก่อนจะมาขายมาสู่การขายออนไลน์ ฉันเตรียมการด้วยการศึกษาความต้องการของตลาด คัดสูตรแปรรูปที่ไม่เหมือนใคร และเริ่มเปิดเพจเฟซบุ๊กควบคู่กับการลงขายใน Shopee

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

ตอบ การขายสินค้าจะเริ่มจากการโพสต์รูปสินค้าพร้อมรายละเอียดราคาในเฟซบุ๊กและ Shopee เมื่อลูกค้าสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชัน ฉันจะได้รับแจ้งเตือนคำสั่งซื้อและทำการแพ็คเกจสินค้าพร้อมจัดส่ง ส่วนใหญ่ลูกค้าจะโอนเงินผ่านระบบ Shopee หรือโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร ยอดขายต่อเดือนจะอยู่ที่ประมาณ 15,000-25,000 บาท และยอดขายต่อปีประมาณ 250,000 บาท

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ทำไมจึงทำเช่นนั้น

ตอบ ฉันทราบเกี่ยวกับการเสียภาษีรายได้บุคคลธรรมดา แต่ยังไม่ได้ชำระทุกปี เนื่องจากรายได้ไม่แน่นอนและคิดว่ารายได้ต่อปีไม่ถึงเกณฑ์ต้องเสียภาษี อีกทั้งฉันไม่ค่อยมีความรู้เรื่องเอกสารที่ต้องใช้ในการยื่นภาษี

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

ตอบ ฉันทราบว่าผู้ประกอบการออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่รู้สึกว่ายังมีความสับสนว่าควรเสียภาษีแบบไหน ฉันเคยสอบถามเจ้าหน้าที่สรรพากรผ่านเพื่อน แต่ก็ยังรู้สึกว่ายุ่งยากซับซ้อน เลยตัดสินใจรอให้มีรายได้สูงกว่านี้ก่อนค่อยดำเนินการ

5. โปรดระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ ปัญหาที่พบคือการขาดความรู้เรื่องการคำนวณรายได้สุทธิ และความไม่แน่ใจว่าต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง ทำให้รู้สึกกลัวว่าจะทำผิดขั้นตอน นอกจากนี้การไม่มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ โดยตรงก็เป็นอุปสรรคอีกอย่างหนึ่ง

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์เสียภาษีโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ฉันคิดว่าภาครัฐควรจัดโครงการอบรมเกี่ยวกับการเสียภาษีสำหรับผู้ประกอบการออนไลน์ รายย่อย โดยเฉพาะ พร้อมทั้งทำคู่มืออธิบายขั้นตอนแบบเข้าใจง่าย นอกจากนี้หากมีช่องทางออนไลน์ให้คำปรึกษาแบบเรียลไทม์ก็น่าจะช่วยลดความกังวลของผู้ประกอบการได้มากขึ้น



## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 8 เพศชาย อายุ 28 ปี ขายอุปกรณ์เสริมโทรศัพท์มือถือ

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

ตอบ เริ่มทำเมื่อประมาณ 2 ปีที่แล้ว ธุรกิจออนไลน์ของผมเป็นการขายอุปกรณ์เสริมโทรศัพท์มือถือ เช่น ฟิล์มกันรอยและเคสโทรศัพท์ ผมเริ่มทำเมื่อ 4 ปีที่แล้ว โดยเริ่มจากการรับของมาขายจากร้านค้าส่งในกรุงเทพฯ แล้วโพสต์ขายในกลุ่มเฟซบุ๊กของจังหวัดเพชรบูรณ์

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

ตอบ การขายสินค้าของผมจะเริ่มจากการโพสต์รูปสินค้าในเพจเฟซบุ๊กและ LINE Official เมื่อลูกค้าสนใจจะติดต่อมาสอบถามรายละเอียด จากนั้นผมจะแจ้งราคาและช่องทางการชำระเงิน ส่วนใหญ่ลูกค้าจะโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร ยอดขายต่อเดือนจะอยู่ที่ประมาณ 30,000-40,000 บาท และยอดขายต่อปีประมาณ 400,000 บาท

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ก.ง.ด. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมจึงทำเช่นนั้น

ตอบ ผมทราบว่าต้องเสียภาษีรายได้บุคคลธรรมดา แต่ผมไม่ได้ยื่นเสียภาษีทุกปี เพราะคิดว่ารายได้ยังไม่ถึงเกณฑ์ นอกจากนี้ผมยังไม่ค่อยเข้าใจวิธีการคำนวณรายได้สุทธิ

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

ตอบ ผมเคยได้ยินว่าผู้ประกอบการออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ยังไม่เคยได้รับคำแนะนำหรือข้อมูลชัดเจนว่าต้องดำเนินการอย่างไร ทำให้ผมไม่ได้เสียภาษีตามระบบ

5. โปรดระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ ปัญหาหลักของผมคือความซับซ้อนของขั้นตอนการยื่นภาษี และขาดความรู้เรื่องเอกสารที่ต้องใช้ ทำให้ไม่กล้าดำเนินการด้วยตัวเอง

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เสียภาษีโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ผมคิดว่าภาครัฐควรจัดอบรมให้ความรู้กับผู้ประกอบการออนไลน์รายย่อย รวมถึงมีเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัว เพื่อช่วยลดความกังวลและทำให้การยื่นภาษีเป็นเรื่องง่ายขึ้น



## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 9 เพศหญิง อายุ 33 ปี เครื่องสำอางแบรนด์ตัวเอง

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

ตอบ ธุรกิจออนไลน์ของฉันเป็นการขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป เช่น สบู่และน้ำมันหอมระเหย เริ่มต้นเมื่อประมาณ 2 ปีที่แล้ว ฉันเริ่มจากการทำผลิตภัณฑ์ใช้เองและได้รับคำแนะนำจากเพื่อนให้ลองนำมาขายออนไลน์ โดยเปิดเพจเฟซบุ๊กและขายผ่าน LINE Official

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

ตอบ การขายสินค้าจะเริ่มจากการโพสต์สินค้าในเพจและตอบข้อความลูกค้า เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจะสรุปยอดและแจ้งบัญชีธนาคารเพื่อให้ลูกค้าโอนเงิน จากนั้นจัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์ ยอดขายต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 10,000-20,000 บาท และยอดขายต่อปีประมาณ 200,000 บาท

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ก.จ.ค. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมจึงทำเช่นนั้น

ตอบ ฉันทราบว่าต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา แต่ไม่ได้ยื่นเสียภาษีทุกปีเพราะคิดว่ารายได้ยังไม่สูงมากและไม่มีความรู้เรื่องการยื่นภาษี

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

ตอบ ฉันทราบว่าการขายของออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งต่างๆ ไม่ชัดเจน ทำให้ไม่แน่ใจว่าต้องเริ่มต้นอย่างไรและต้องยื่นเอกสารอะไรบ้าง ฉันเคยลองศึกษาผ่านอินเทอร์เน็ตแต่ก็ยังไม่เข้าใจทั้งหมด

5. โปรดระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ ปัญหาหลักที่ฉันพบคือความไม่ชัดเจนของข้อมูลเกี่ยวกับการเสียภาษี ทำให้เกิดความสับสนว่าควรเสียภาษีประเภทไหนและต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง นอกจากนี้การขาดความรู้เกี่ยวกับการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่ายสุทธิก็เป็นปัญหาใหญ่ ทำให้รู้สึกว่าการดำเนินการเองมีความเสี่ยงที่จะทำผิดขั้นตอน

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เสียหายโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ฉันคิดว่าภาครัฐควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการเสียหายให้เข้าถึงง่าย โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและกระชับ นอกจากนี้ควรมีเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัวในช่องทางออนไลน์หรือโทรศัพท์ เพื่อช่วยตอบคำถามของผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงจัดทำระบบออนไลน์ที่ใช้งานง่ายสำหรับการยื่นภาษี



## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 10 เพศชาย อายุ 45 ปี ขายผลไม้แปรรูป

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

ตอบ ธุรกิจออนไลน์ของฉันทันเป็นการขายของฝากประเภทมะขามแปรรูป เริ่มทำเมื่อประมาณ 3 ปีที่แล้ว โดยฉันทันเริ่มจากการทำขนมมะขามขายในงานเทศกาลต่างๆ ก่อนจะขยายมาสู่การขายออนไลน์ ฉันทันเตรียมการด้วยการศึกษาความต้องการของตลาด ทิศสูตรแปรรูปที่ไม่เหมือนใคร และเริ่มเปิดเพจเฟซบุ๊กควบคู่กับการลงขายใน Shopee นอกจากนี้ฉันทันยังสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายของชุมชนเพื่อเพิ่มการรับรู้ในกลุ่มลูกค้า

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

ตอบ การขายสินค้าจะเริ่มจากการโพสต์รูปสินค้าพร้อมรายละเอียดราคาในเฟซบุ๊กและ Shopee เมื่อลูกค้าสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชัน ฉันทันจะได้รับแจ้งเตือนคำสั่งซื้อและทำการแพ็คเกจสินค้าพร้อมจัดส่ง ส่วนใหญ่ลูกค้าจะโอนเงินผ่านระบบ Shopee หรือโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร ฉันทันจะมีการแจ้งเลขพัสดุให้ลูกค้าทุกครั้งหลังจัดส่ง ยอดขายต่อเดือนจะอยู่ที่ประมาณ 15,000-25,000 บาท และยอดขายต่อปีประมาณ 250,000 บาท

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมจึงทำเช่นนั้น

ตอบ ฉันทันทราบเกี่ยวกับการเสียภาษีรายได้บุคคลธรรมดา แต่ยังไม่ได้ชำระทุกปี เนื่องจากรายได้ไม่แน่นอนและคิดว่ารายได้ต่อปีไม่ถึงเกณฑ์ต้องเสียภาษี อีกทั้งฉันทันไม่ค่อยมีความรู้เรื่องเอกสารที่ต้องใช้ในการยื่นภาษี ฉันทันรู้สึกว่าการเสียภาษีเป็นเรื่องยุ่งยากและกลัวว่าจะทำผิดพลาด

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

ตอบ ฉันทันทราบว่าผู้ประกอบการออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่รู้สึกว่ายังมีความสับสนว่าควรเสียภาษีแบบไหน ฉันทันเคยสอบถามเจ้าหน้าที่สรรพากรผ่านเพื่อน แต่ก็ยังรู้สึกว่ายุ่งยากซับซ้อน เลยตัดสินใจรอให้มีรายได้สูงกว่านี้ก่อนค่อยดำเนินการ นอกจากนี้ฉันทันเคยได้ยินว่าการยื่นภาษีออนไลน์ต้องมีการจัดเตรียมเอกสารจำนวนมาก จึงทำให้รู้สึกกลัวและไม่อยากยุ่งเกี่ยว

5. โป้รคระบุน้ปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ ปัญหาที่พบคือการขาดความรู้เรื่องการคำนวณรายได้สุทธิ และความไม่แน่ใจว่าต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง ทำให้รู้สึกกลัวว่าจะทำผิดขั้นตอน นอกจากนี้การไม่มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำโดยตรงก็เป็นอุปสรรคอีกอย่างหนึ่ง การไม่มีช่องทางออนไลน์สำหรับปรึกษาแบบสะดวกก็เป็นปัญหา การไม่มีช่องทางให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัวในพื้นที่ต่างจังหวัดทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยต้องพึ่งพาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตซึ่งบางครั้งก็ไม่ถูกต้อง

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เสียภาษีโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ฉันคิดว่าภาครัฐควรจัดโครงการอบรมเกี่ยวกับการเสียภาษีสำหรับผู้ประกอบการออนไลน์รายย่อยโดยเฉพาะ พร้อมทั้งทำคู่มืออธิบายขั้นตอนแบบเข้าใจง่าย นอกจากนี้หากมีช่องทางออนไลน์ให้คำปรึกษาแบบเรียลไทม์ก็น่าจะช่วยลดความกังวลของผู้ประกอบการได้มากขึ้น รวมถึงควรจัดทำเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่ายสำหรับการยื่นภาษี ควรมีแอปพลิเคชันบนมือถือที่สามารถแจ้งเตือนกำหนดยื่นภาษีและให้คำแนะนำแบบขั้นตอนต่อขั้นตอน

## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 11 เพศหญิง อายุ 30 ปี เสื้อผ้าแฟชั่นมือสอง

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

**ตอบ** ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นมือสองของฉันเริ่มต้นเมื่อประมาณ 2 ปีที่แล้ว โดยเริ่มจากการสะสมเสื้อผ้าแบรนด์เนมที่สภาพดีและไม่ได้ใช้ ก่อนจะเริ่มขายผ่าน TikTok และ Instagram ฉันเตรียมการโดยคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพ ถ่ายภาพสวยงาม และสร้างคอนเทนต์วิดีโอรีวิวก่อนเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

**ตอบ** การขายสินค้าเน้นการตอบแชทลูกค้าใน Direct Message บน Instagram และ TikTok จากนั้นเมื่อลูกค้าตกลงซื้อ จะโอนเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร หรือพร้อมเพย์ ก่อนจัดส่งทางไปรษณีย์ หรือขนส่งเอกชน ยอดขายต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 50-80 ชิ้น คิดเป็นรายได้ประมาณ 40,000-60,000 บาท ต่อเดือน

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ก.จ.ด. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ทำไมจึงทำเช่นนั้น

**ตอบ** ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษีอื่น ๆ แต่เนื่องจากรายได้ยังไม่มากและไม่มีความรู้ด้านการเสียภาษีอย่างละเอียด ทำให้บางปีไม่ได้ยื่นภาษีตามที่กำหนด

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

**ตอบ** ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่บางครั้งการยื่นภาษีล่าช้าหรือไม่ครบถ้วน เพราะไม่แน่ใจในวิธีการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่ายที่สามารถนำมาลดหย่อนได้ นอกจากนี้ ยังไม่มีการแจ้งเตือนหรือคำแนะนำจากหน่วยงานรัฐในการเสียภาษีสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์รายย่อย

5. โป้รระบุนปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ ปัญหาหลักคือการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคำนวณรายได้สุทธิ การจัดเตรียมเอกสารประกอบการยื่นภาษี และการไม่มีที่ปรึกษาทางด้านภาษีอย่างชัดเจน นอกจากนี้ รายได้ของธุรกิจขนาดเล็กมักไม่แน่นอน ทำให้บางครั้งไม่รู้ว่าจะต้องเสียภาษีหรือไม่

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์เสียภาษีโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ฉันคิดว่าภาครัฐควรมีการจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับภาษีสำหรับผู้ประกอบการออนไลน์รายย่อย โดยเน้นวิธีคำนวณรายได้ วิธีจัดเก็บเอกสาร และช่องทางการชำระเงินภาษีที่สะดวกมากขึ้น นอกจากนี้ ควรมีระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติและที่ปรึกษาภาษีสำหรับผู้ประกอบการรายเล็กในแพลตฟอร์มออนไลน์



## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 12 เพศหญิง อายุ 38 ปี ขาขนมโสมเมค

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

ตอบ ธุรกิจนมโสมเมคของฉันเริ่มต้นเมื่อประมาณ 4 ปีที่แล้ว จากความชื่นชอบในการทำงาน และอยากมีรายได้เสริม ฉันเริ่มจากการเรียนรู้สูตรขนมและทดลองทำเอง จากนั้นจึงเริ่มขายผ่าน Shopee และ Facebook โดยเน้นการทำงานตามออเดอร์ลูกค้า

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

ตอบ การขายสินค้าส่วนใหญ่จะส่งผ่านแชทใน Facebook หรือ Shopee เมื่อลูกค้าตกลงซื้อ จะชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคารหรือ Shopee Pay จากนั้นฉันจะจัดเตรียมสินค้าและส่งผ่านขนส่งเอกชน ยอดขายต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 20,000-30,000 บาท หรือประมาณ 300,000 บาทต่อปี

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ก.จ.ค. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมจึงทำเช่นนั้น

ตอบ ฉันทราบเรื่องการเสียภาษีรายได้บุคคลธรรมดา แต่บางปีไม่ได้ยื่นภาษี เนื่องจากคิดว่ารายได้ยังไม่ถึงเกณฑ์ที่ต้องเสียภาษี และไม่มีความรู้ในการคำนวณรายได้สุทธิอย่างละเอียด

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

ตอบ ฉันทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ที่ไม่ได้ยื่นทุกปีเพราะไม่แน่ใจว่าต้องคำนวณภาษีอย่างไร รวมถึงการจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายยังไม่มีระบบที่ชัดเจน ทำให้เกิดความกังวลในการยื่นภาษี

5. โปรดระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ ปัญหาที่เกิดขึ้นคือการขาดความรู้ในการจัดเก็บเอกสารทางบัญชีอย่างถูกต้องและการคำนวณรายได้สุทธิ อีกทั้งการไม่มีที่ปรึกษาทางภาษีทำให้ไม่มั่นใจในการยื่นภาษีด้วยตัวเอง

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เสียหายโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ฉันคิดว่าภาครัฐควรมีการจัดอบรมความรู้ด้านภาษีสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มออนไลน์ และควรมีช่องทางการติดต่อสอบถามหรือให้คำปรึกษาออนไลน์ฟรี เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าใจขั้นตอนและปฏิบัติตามได้ง่ายขึ้น



## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 13 เพศหญิง อายุ 29 ปี ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

ตอบ ธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพรของฉันเริ่มต้นเมื่อประมาณ 3 ปีที่แล้ว โดยเริ่มจากการสนใจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสมุนไพรพื้นบ้าน ฉันศึกษาสูตรจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และทดลองผลิตเอง ก่อนจะเริ่มขายผ่าน Facebook และ LINE โดยเริ่มจากกลุ่มคนรู้จักและขยายไปยังลูกค้าทั่วไป

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

ตอบ การขายสินค้าส่วนใหญ่เริ่มจากการตอบแชทลูกค้าใน LINE และ Facebook เมื่อลูกค้าตกลงซื้อ จะโอนเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคารหรือพร้อมเพย์ จากนั้นฉันจะจัดส่งสินค้าผ่านไปรษณีย์หรือขนส่งเอกชน ยอดขายต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 15,000-25,000 บาท หรือประมาณ 200,000-300,000 บาทต่อปี

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมจึงทำเช่นนั้น

ตอบ ฉันทราบเกี่ยวกับการเสียภาษีรายได้บุคคลธรรมดา แต่เนื่องจากรายได้ยังไม่มากและไม่มีความรู้ในรายละเอียดการคำนวณรายได้สุทธิ ทำให้บางปีไม่ได้ยื่นภาษีตามกำหนด

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

ตอบ ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่บางครั้งไม่ได้ยื่นเนื่องจากไม่มีความรู้เรื่องการคำนวณภาษีและขั้นตอนการยื่น อีกทั้งไม่มีระบบจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายที่เป็นระเบียบ ทำให้ไม่มั่นใจในการยื่นภาษีด้วยตัวเอง

5. โปรดระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ ปัญหาหลักคือการขาดความรู้ด้านภาษี การไม่มีระบบจัดเก็บเอกสารรายรับรายจ่ายที่เป็นมาตรฐาน และการไม่มีที่ปรึกษาทางด้านภาษี ทำให้เกิดความสับสนในการดำเนินการ

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เสียหายโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ นั้นคิดว่าภาครัฐควรมีการจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับภาษีสำหรับผู้ประกอบการออนไลน์ โดยเฉพาะวิธีการคำนวณรายได้ การจัดทำเอกสาร และช่องทางการยื่นภาษี ควรมีระบบแจ้งเตือนและที่ปรึกษาออนไลน์ฟรี เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง



## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 14 เพศชาย อายุ 34 ปี เครื่องดื่มสมุนไพรร

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

ตอบ ธุรกิจเครื่องดื่มสมุนไพรรของฉันเริ่มต้นเมื่อประมาณ 3 ปีที่แล้ว โดยได้รับแรงบันดาลใจจากคุณภาพของครอบครัว ฉันเริ่มจากการศึกษาสูตรเครื่องดื่มสมุนไพรรและทดลองทำเอง จากนั้นจึงเริ่มขายผ่าน TikTok และ Shopee โดยเน้นการโปรโมทสินค้าผ่านวิดีโอสั้นและรีวิวกจากลูกค้า

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

ตอบ การขายสินค้าจะส่งผ่าน Shopee หรือแชทใน TikTok เมื่อลูกค้าสั่งซื้อจะชำระเงินผ่าน Shopee Pay หรือ โอนเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร ฉันจะจัดเตรียมสินค้าและจัดส่งผ่านขนส่งเอกชน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,000-30,000 บาท หรือประมาณ 300,000 บาทต่อปี

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมจึงทำเช่นนั้น

ตอบ ฉันทราบว่าภาษีรายได้บุคคลธรรมดาเป็นสิ่งจำเป็น แต่ยังไม่มีความรู้ด้านภาษีอย่างละเอียด บางปีไม่ได้ยื่นภาษีเนื่องจากไม่มั่นใจว่ารายได้ถึงเกณฑ์หรือไม่ และไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการคำนวณรายได้สุทธิ

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

ตอบ ฉันทราบว่าการขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี แต่ไม่ได้ยื่นทุกปีเพราะขาดความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและการจัดทำเอกสารรายรับรายจ่าย ทำให้กลัวว่าจะคำนวณผิดพลาดหรือยื่นเอกสารไม่ครบถ้วน

5. โปรดระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ ปัญหาหลักคือการขาดความรู้ด้านการจัดเก็บเอกสารและการคำนวณรายได้สุทธิ รวมถึงการไม่มีที่ปรึกษาทางภาษี ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการยื่นภาษีด้วยตัวเอง

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เสียภาษีโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ ฉันคิดว่าภาครัฐควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับภาษีโดยเน้นกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยออนไลน์ นอกจากนี้ ควรมีช่องทางให้คำปรึกษาผ่านออนไลน์ฟรี เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการยื่นภาษีได้อย่างถูกต้องและไม่ยุ่งยาก



## คำถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์

คนที่ 15 เพศชาย อายุ 27 ปี เครื่องประดับแฮนด์เมด

1. โปรดเล่าเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ที่ท่านทำ เริ่มทำเมื่อไหร่ เตรียมการอย่างไร

**ตอบ** ธุรกิจของผมคือการทำเครื่องประดับแฮนด์เมดซึ่งเริ่มทำเมื่อประมาณสองปีที่แล้ว โดยผมเริ่มจากการศึกษาตลาดและคู่มือแนวโน้มความนิยมของเครื่องประดับที่ทำด้วยมือในโซเชียลมีเดีย หลังจากนั้นได้ศึกษาการตลาดออนไลน์ และสร้างโปรไฟล์บน Instagram และ Facebook เพื่อโปรโมทสินค้า จากนั้นก็เริ่มลงมือทำเครื่องประดับและขายผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งการเตรียมการส่วนใหญ่เน้นไปที่การสร้างแบรนด์และการทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าเรามากขึ้น

2. โปรดเล่าเกี่ยวกับการขายสินค้า การรับเงินจากลูกค้า มีกระบวนการอย่างไร ประมาณการยอดขายต่อเดือน ต่อปี

**ตอบ** การขายของผมมักจะเริ่มจากการโพสต์รูปภาพสินค้าในโซเชียลมีเดีย เช่น Instagram และ Facebook เมื่อมีลูกค้าสนใจจะทำการติดต่อผ่านช่องทาง DM หรือข้อความ หลังจากนั้นจึงส่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และยืนยันการสั่งซื้อ ส่วนการชำระเงินจะรับผ่านการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น PayPal หรือ LINE Pay โดยประมาณการยอดขายของผมต่อเดือนอยู่ที่ 30,000-50,000 บาท และยอดขายต่อปีประมาณ 360,000-600,000 บาท ขึ้นอยู่กับฤดูกาลและความนิยมของสินค้า

3. ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องการเสียภาษีอย่างไร ทั้งภาษีรายได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด. ท่านชำระถูกต้องทุกปีหรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมจึงทำเช่นนั้น

**ตอบ** ผมทราบว่าผู้ที่ทำธุรกิจออนไลน์ต้องเสียภาษีรายได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด.) แต่เนื่องจากตอนเริ่มต้นธุรกิจผมไม่ค่อยมีความรู้เกี่ยวกับการคำนวณภาษี จึงทำให้บางปีผมไม่ได้ชำระภาษีตามเวลาที่กำหนด ส่วนหนึ่งเกิดจากความไม่เข้าใจในกระบวนการ และการขาดความรู้ด้านการจัดการภาษี แต่ตอนนี้ผมกำลังพยายามปรับปรุงเพื่อให้สามารถทำการชำระภาษีได้ถูกต้องในอนาคต

4. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ต้องเสียภาษี ท่านชำระถูกต้องหรือไม่ เหตุใดจึงไม่ โปรดเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับท่านเกี่ยวกับการชำระภาษีการขายของออนไลน์

**ตอบ** ผมทราบว่า การประกอบธุรกิจออนไลน์ต้องเสียภาษี เนื่องจากมีรายได้จากการขายสินค้า แต่ในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจผมยังไม่ได้ชำระภาษีอย่างถูกต้อง เนื่องจากยังไม่เข้าใจขั้นตอนการ

ยื่นภาษีออนไลน์และการคำนวณภาษี ในตอนนั้นผมไม่ได้ให้ความสำคัญกับการทำภาษี จนกระทั่งมีการเตือนจากเจ้าหน้าที่สรรพากร และผมจึงเริ่มหาข้อมูลและขอคำปรึกษาจากผู้ที่มีความรู้ที่มีประสบการณ์ เพื่อให้แน่ใจว่าจะทำถูกต้องในอนาคต

5. โปรดระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบสินค้าออนไลน์

ตอบ ปัญหาหลักที่ผมเจอคือความไม่ชัดเจนเกี่ยวกับข้อกำหนดภาษีสำหรับธุรกิจออนไลน์ และขั้นตอนการยื่นภาษีที่ซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการทำการขายข้ามจังหวัดหรือข้ามประเทศ ซึ่งทำให้การคำนวณภาษีและการยื่นภาษีออนไลน์ยุ่งยาก อีกทั้งยังขาดข้อมูลที่เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายสำหรับผู้ประกอบการใหม่อย่างผม ทำให้เกิดความสับสนและเสียเวลาในการหาข้อมูล

6. ท่านคิดว่าถ้าภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์เสียภาษีโดยถูกต้อง ควรจะต้องมีมาตรการหรือแนวทางอย่างไร

ตอบ หากภาครัฐต้องการให้ผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์เสียภาษีถูกต้อง ควรมีการจัดทำคู่มือหรือแหล่งข้อมูลที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้ประกอบการ เช่น การให้คำแนะนำในรูปแบบออนไลน์ที่สามารถดาวน์โหลดได้หรือการจัดทำเว็บเพจที่ตอบคำถามเกี่ยวกับการชำระภาษีอย่างละเอียด นอกจากนี้อาจต้องมีการจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ให้กับผู้ประกอบการใหม่ให้มากขึ้น

คำถามสำหรับนักการเมืองที่เกี่ยวข้อง

เพศชาย อายุ 24 ปี เป็น เลขา ศส.สิทธิพล วิบูลย์ธนากุล ประธานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจ

1. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

ตอบ ภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ หรือ ภาษีจากการขายของออนไลน์นับเป็นเงินภาษีจากการค้าขาย ซึ่งสามารถแบ่งออกได้สองประเภท คือ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และ ภาษีเงินได้นิติบุคคล ซึ่งการคิดคำนวณนั้นไม่แตกต่างจากการคิดภาษีตามปกติ กล่าวคือ เป็นการคิดแบบขั้นบันไดตามที่กฎหมายกำหนด โดยผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ต้องนำส่งข้อมูลการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ หรือ (e-Payment) ให้กับทางสรรพากรตรวจสอบ ซึ่งนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา กรมสรรพากรกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายการเหมา ลดลงจากร้อยละ 80 ของเงินได้คงเหลือร้อยละ 60 ของเงินได้ในกรณีเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ขายสินค้าออนไลน์นั้นๆ จะมีการหักคำนวณหักค่าลดหย่อนตามมาตรา 47 แห่งประมวลรัษฎากร อาทิ- ค่าลดหย่อนส่วนตัวผู้มีเงินได้ 60,000 บาท

- ค่าลดหย่อนคู่สมรส 60,000 บาท
- ค่าลดหย่อนบุตร คนละ 30,000 บาท
- ค่าลดหย่อนเบี้ยประกันชีวิต ไม่เกิน 100,000 บาท
- ค่าลดหย่อนดอกเบี้ยเงินกู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัย ไม่เกิน 100,000 บาท
- ฯลฯ

แล้วคงเหลือเป็นเงินเท่าใด ให้ได้รับการยกเว้นไม่เกิน 150,000 บาท โดยประเด็นภาษีมูลค่าเพิ่มอยู่ในบังคับเสียภาษีมูลค่าเพิ่มมาตรา 77/2 (1) แห่งประมวลรัษฎากรแต่หากในกรณีผู้ขายสินค้าไม่เกิน 1,800,000 บาท ได้รับการยกเว้นตามมาตร 81/1 ของประมวลรัษฎากร และผู้ขายสินค้าออนไลน์ต้องยื่นแบบ ภ.พ. 30 เพื่อเสียภาษีเป็นรายเดือน

2. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ หรือไม่ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ ต้องยื่นภาษีทุกกรณี โดยการยื่นภาษีสำหรับการขายของออนไลน์นั้นจะต้องยื่นภาษี 2 ครั้ง (ภ.ง.ด. 94 และ ภ.ง.ด. 90) ตามช่วงเวลาที่กรมสรรพากรกำหนด ดังนี้

ครั้งที่ 1 ยื่นภาษีครึ่งปี ยื่นภาษีโดยนำเงินได้ ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. – 30 มิ.ย. มาแสดงในการยื่นภาษีตามแบบฟอร์ม ภ.ง.ด. 94 ภายในวันที่ 1 ก.ค. - 30 ก.ย. ในปีเดียวกัน โดยสาเหตุที่ทำให้มีการเสียภาษีครึ่งปี เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระของผู้มีรายได้ เพื่อไม่ให้เสียภาษีหนักในครั้งเดียว

ครั้งที่ 2 ยื่นภาษีปลายปี ยื่นภาษีโดยนำเงินได้ทั้งปี มากรอกในแบบฟอร์ม ภ.ง.ด. 90 ภายในวันที่ 1 ม.ค. – 31 มี.ค. ของปีถัดไป (เช่น เงินได้ปี 2564 ต้องยื่นภายใน มี.ค.2565) นอกจากนี้ใครที่ขายของออนไลน์แล้วมีรายได้เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี จะต้องจดทะเบียน VAT หรือภาษีมูลค่าเพิ่ม และยื่นภาษีมูลค่าเพิ่มทุก ๆ เดือน ภายในวันที่ 15 ของเดือนถัดไปและต้องออกใบกำกับภาษีให้กับผู้มาใช้บริการด้วย

3. ท่านมีความคิดเห็นต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** เป็นสิ่งที่ถูกต้อง เพราะทุกคนที่มีรายได้ถึงเกณฑ์ตามที่รัฐกำหนด มีหน้าที่ในการเสียภาษี ทั้งนี้การหนีภาษีเป็นเรื่องที่ไม่ควรได้รับการยอมรับและรัฐบาลควรมีการกำหนดมาตรการที่ดีกว่านี้

4. ท่านคิดว่าผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์จะได้รับประโยชน์จากการตัดสินใจเลือกชำระภาษีอย่างไรบ้าง

**ตอบ** ทราบสิทธิประโยชน์ต่างๆ จากภาครัฐ รวมถึงการได้ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีประโยชน์ในเรื่องของการขึ้นทะเบียนหรือการจัดเก็บข้อมูลให้แก่ภาครัฐ เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ (มาขึ้นทะเบียน ในบางครั้งที่รัฐมีสิทธิประโยชน์ให้ ก็จะได้ด้วยหากอยู่นอกระบบจะหลุด และไม่ได้)

5. ท่านคิดว่า กฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง ของสรรพากรมีความชัดเจนและสามารถศึกษาทำความเข้าใจได้ด้วยตนเอง ได้อย่างไรบ้าง

**ตอบ** เข้าใจได้ง่าย แต่ต้องใช้เวลา และอิงจากผู้มีประสบการณ์ แต่ทั้งนี้ เรื่องภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องควรเป็นเรื่องที่ปลูกฝัง หรือศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษา เพื่อให้สามารถสร้างความเข้าใจได้ตั้งแต่ยังเด็ก และยังเป็นการปลูกฝังความรับผิดชอบของเด็กอีกด้วย

6. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านอัตราการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์อย่างไรบ้าง

**ตอบ** ประเภทสำคัญ ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) เพื่อไม่ให้มีปัญหาถูกประเมินภาษีย้อนหลัง ทั้งนี้รายได้ที่เกิดจากการขายของออนไลน์ผ่าน Social Media Platform และ Market Place Platform เป็น เงินได้ประเภทที่ 40(8) ซึ่งเป็นเงินได้ของ บุคคลธรรมดาที่เปิดร้านขายของออนไลน์โดยส่วนใหญ่ เพราะเป็นเงินได้จากการค้าขายที่ต้องนำไปคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาหรือภาษีเงินได้นิติบุคคล และภาษีมูลค่าเพิ่ม

7. โปรดระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์

**ตอบ** • ขาดความรู้หรือมีความไม่แน่ใจเกี่ยวกับการจ่ายภาษี เนื่องจากกฎหมายการขายของผ่านช่องทาง อิเล็กทรอนิกส์ ยังมีความไม่ชัดเจน

• ผู้ประกอบการหลายรายยังไม่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ทำให้ไม่มีการเสียภาษีที่ถูกต้อง

• บางธุรกิจที่จดทะเบียนกับกรมธุรกิจการค้าแต่พยายามหลบหลีกเลี่ยงหรือจ่ายภาษีไม่ครบถ้วนส่วนใหญ่มักจะหลบจากการรับเงินสดและบัตรเครดิตที่ตรวจสอบ transaction ยาก

8. ท่านมีข้อเสนอแนะต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** เรื่องภาษี และการเงินของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์เป็นเรื่องที่ค่อนข้างละเอียดอ่อน และเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องปฏิบัติตาม ดังนั้นการที่จะอ้างว่าไม่รู้กฎหมาย เป็นสิ่งที่ไม่ควรทำ เพราะอาจทำให้เกิดการผิดกฎหมายได้ ดังนั้น การชำระภาษีไม่ว่าจะในรูปแบบใด หรือประเภทใดก็ตาม ควรปลูกฝัง หรือสร้างจิตสำนึกให้ทุกคนเข้าใจได้ ให้ตระหนักถึงความสำคัญในการชำระภาษี ยังมีเด็กอีกหลายคนที่ไม่รู้ว่าการค้าการขายของ ของเขาจะต้องถูกหักภาษีต่างๆ ดังนั้นควรสร้างความเข้าใจตั้งแต่ยังเด็กนอกจากนี้ การชี้แจงว่าภาษีจะถูกนำไปใช้ประโยชน์กับอะไร ก็อาจจะเป็นผลดี เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่คนชำระภาษี

คำถามสำหรับ เจ้าหน้าที่กรมสรรพสามิต

คนที่ 1 เพศชาย อายุ 42 ปี เป็น นักวิชาการด้านภาษีชำนาญการ กรมสรรพสามิต

1. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** นับแต่ปีภาษี พ.ศ. 2560 เป็นต้นไป กรมสรรพากรกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายเป็นการเหมา ลดลงจากร้อยละ 80 ของเงินได้คงเหลือร้อยละ 60 ของเงินได้ ซึ่งเป็นกรณีที่ผู้ขายสินค้าออนไลน์ไม่อาจที่จะเลือกหักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาตามอัตราที่กรมสรรพากรกำหนดขึ้นใหม่ได้เลย เพราะต่ำกว่าความเป็นจริงมาก จึงเหลือวิธีเดียวคือ เลือกหักค่าใช้จ่ายจริงตามหลักฐานการซื้อขายสินค้า ซึ่งผู้ขายมีหน้าที่ต้องจัดทำบัญชีเงินสดรับ – จ่าย เป็นรายวัน ตามแบบที่อธิบดีกรมสรรพากรกำหนด ในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ขายสินค้าออนไลน์ ให้คำนวณหักค่าลดหย่อนตามมาตรา 47 แห่งประมวลรัษฎากร เช่น

- ค่าลดหย่อนส่วนตัวผู้มีเงินได้ 60,000 บาท
- ค่าลดหย่อน คู่สมรส 60,000 บาท และ
- ค่าลดหย่อนบุตร คนละ 30,000 บาท
- ค่าลดหย่อนเบี้ยประกันชีวิตตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 100,000 บาท
- ค่าลดหย่อนดอกเบี้ยเงินกู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัยตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 100,000 บาท
- ค่าลดหย่อนอื่น

คงเหลือเป็นเงินได้สุทธิเท่าใด ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ในส่วนที่ไม่เกิน 150,000 บาท แล้วคำนวณภาษีเงินได้ตามอัตราก้าวหน้า

กรณีมีเงินได้จากการขายสินค้าออนไลน์เกินกว่า 1 ล้านบาทต่อปีภาษี ต้องคำนวณภาษีเงินได้จากเงินได้พึงประเมินในอัตราร้อยละ 0.5 แล้วเปรียบเทียบกับจำนวนภาษีเงินได้จากเงินได้สุทธิ

2. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์หรือไม่ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ ที่มีรายได้จากการขายของออนไลน์ ไม่ว่าจะทำงานประจำไปด้วยหรือว่าขายของออนไลน์อย่างเดี๋ยวก่อนก็ต้องยื่นภาษี โดยการยื่นภาษีสำหรับการขายของออนไลน์นั้นจะต้องยื่น 2 รอบ (ภ.ง.ด. 94 และ ภ.ง.ด. 90) ตามช่วงเวลาที่กรมสรรพากรกำหนด ดังนี้ รอบแรกยื่นภาษีครึ่งปี ยื่นภาษีโดยนำเงินได้ ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. – 30 มิ.ย. มาแสดงในการยื่นภาษีตามแบบฟอร์ม ภ.ง.ด. 94 ภายในวันที่ 1 ก.ค. - 30 ก.ย. ในปีเดียวกัน โดยสาเหตุที่ทำให้มีการเสียภาษี

ครึ่งปีเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระของผู้มีรายได้อื่นๆ เพื่อให้ไม่ให้เกิดภาระหนักในครึ่งเดียว รอบสองยื่นภาษีปลายปี ยื่นภาษีโดยนำเงินได้ทั้งปี มากรอกในแบบฟอร์ม ภ.ง.ด. 90 ภายในวันที่ 1 ม.ค. – 31 มี.ค. ของปีถัดไป (เช่น เงินได้ปี 2564 ต้องยื่นภายใน มี.ค.2565)

3. ท่านมีความคิดเห็นต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

ตอบ เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการทุกคนที่มีรายได้อื่นๆถึงเกณฑ์ตามที่รัฐกำหนด ที่จะต้องมีหน้าที่ในการเสียภาษีทั้งนี้การหนีภาษีเป็นเรื่องที่ไม่ควรได้รับการยอมรับและรัฐบาลควรมีการกำหนดมาตรการที่ดีกว่านี้

4. ท่านคิดว่าผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์จะได้รับประโยชน์จากการตัดสินใจเลือกชำระภาษีอย่างไรบ้าง

ตอบ ผู้ประกอบการที่เข้าใจเรื่องภาษี โดยแยกรายจ่ายส่วนตัวกับรายจ่ายของกิจการออกจากกัน ทำให้กิจการประหยัดภาษีได้ เพราะแยกรายจ่ายส่วนตัวซึ่งเป็นรายจ่ายต้องห้ามออกไป นอกจากนี้การที่เจ้าของกิจการรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ทางภาษีก็จะช่วยให้กิจการประหยัดภาษีได้

5. ท่านคิดว่า กฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง ของสรรพากรมีความชัดเจนและสามารถศึกษาทำความเข้าใจได้ด้วยตนเอง ได้อย่างไรบ้าง

ตอบ เข้าใจได้ง่าย แต่ต้องใช้เวลา จากผู้มีประสบการณ์ แต่ทั้งนี้ เรื่องภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องควรเป็นเรื่องที่ปลูกฝัง หรือศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษา เพื่อให้สามารถสร้างความเข้าใจได้ง่ายขึ้น

6. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านอัตราภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์อย่างไรบ้าง

ตอบ การคำนวณอัตราภาษีนั้นไม่ได้แตกต่างกับการจ่ายภาษีตามปกติ คือคิดตามอัตราขั้นบันไดตามกฎหมายกำหนด และมีค่าใช้จ่ายที่สามารถนำมาหักภาษีได้ดังนี้หักค่าใช้จ่ายตามอัตรา 60% ของเงินได้ สำหรับร้านค้าที่ดำเนินการแบบซื้อมา ขายไป ไม่มีการผลิตภายในร้าน

หักตามค่าใช้จ่ายจริง สำหรับบ้านที่มีการผลิตภายในร้านหักแบบเหมา กรณีที่มีรายได้อื่นๆจากช่องทางออนไลน์เกิน 1,000,000 บาท โดยคิดภาษีเป็น 0.5% ของเงินได้

7. โป้รระบบปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์

ตอบ • ขาดความรู้หรือมีความไม่แน่ใจเกี่ยวกับการจ่ายภาษี เนื่องจากกฎหมายการขายของผ่านช่องทาง อิเล็กทรอนิกส์ ยังมีความไม่ชัดเจน

- ผู้ประกอบการหลายรายยังไม่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ทำให้ไม่มีการเสียภาษีที่ถูกต้อง

8. ท่านมีข้อเสนอแนะต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

ตอบ ควรผลักดันการหักค่าใช้จ่ายตาม ม.40(1)-(2) ให้เพิ่มขึ้น ค่าลดหย่อนให้หักรวมอัตราร้อยละของรายได้หรือเลือกใช้สิทธิเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ให้มีความเข้าใจง่าย เช่น ลดอัตราภาษี, การเพิ่มค่าใช้จ่าย, ไม่ต้องมีหลักเกณฑ์ซับซ้อน อ่านเข้าใจง่ายๆ



คำถามสำหรับ เจ้าหน้าที่กรมสรรพสามิต

คนที่ 2 เพศหญิง อายุ 38 ปี เป็น นักวิชาการด้านภาษีชำนาญการ กรมสรรพสามิต

1. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** กรมสรรพากรกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายเป็นการเหมา ลดลงจากร้อยละ 80 ของเงินได้คงเหลือ ร้อยละ 60 ของเงินได้ ซึ่งเป็นกรณีที่ผู้ขายสินค้าออนไลน์ไม่อาจที่จะเลือกหักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมา ตามอัตราที่กรมสรรพากรกำหนดขึ้นใหม่ได้เลย เพราะต่ำกว่าความเป็นจริงมาก จึงเหลือวิธีเดียวคือ เลือกหักค่าใช้จ่ายจริงตามหลักฐานการซื้อขายสินค้า ซึ่งผู้ขายมีหน้าที่ต้องจัดทำบัญชีเงินสดรับ – จ่าย เป็นรายวัน ตามแบบที่อธิบดีกรมสรรพากรกำหนด ในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ขายสินค้าออนไลน์ ให้คำนวณหักค่าลดหย่อนตามมาตรา 47 แห่งประมวลรัษฎากร

2. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ หรือไม่ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ ที่มีรายได้จากการขายของออนไลน์ ไม่ว่าจะทำงานประจำ ไปด้วยหรือว่าขายของออนไลน์อย่างเดี่ยวย่างก็ต้องยื่นภาษี โดยการยื่นภาษีสำหรับการขายของออนไลน์นั้นจะต้องยื่น 2 รอบ (ภ.ง.ด. 94 และ ภ.ง.ด. 90) ตามช่วงเวลาที่กรมสรรพากรกำหนด ดังนี้ รอบแรกยื่นภาษีครึ่งปี ยื่นภาษีโดยนำเงินได้ ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. – 30 มิ.ย. มาแสดงในการยื่นภาษี ตามแบบฟอร์ม ภ.ง.ด. 94 ภายในวันที่ 1 ก.ค. - 30 ก.ย. ในปีเดียวกัน โดยสาเหตุที่ทำให้มีการเสียภาษีครึ่งปีเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระของผู้มีรายได้ เพื่อไม่ให้เสียภาษีหนักในครั้งเดียว รอบสองยื่นภาษีปลายปี ยื่นภาษีโดยนำเงินได้ทั้งปี มากรอกในแบบฟอร์ม ภ.ง.ด. 90 ภายในวันที่ 1 ม.ค. – 31 มี.ค. ของปีถัดไป

3. ท่านมีความคิดเห็นต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการทุกคนที่มีรายได้ถึงเกณฑ์ตามที่รัฐกำหนด ที่จะต้องมีหน้าที่ในการเสียภาษีทั้งนี้การหนีภาษีเป็นเรื่องที่ไม่ควรได้รับการยอมรับและรัฐบาลควรมีการกำหนดมาตรการที่ดีกว่านี้

4. ท่านคิดว่าผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์จะได้รับประโยชน์จากการตัดสินใจเลือกชำระภาษีอย่างไรบ้าง

**ตอบ** ผู้ประกอบการที่เข้าใจเรื่องภาษี โดยแยกรายจ่ายส่วนตัวกับรายจ่ายของกิจการออกจากกัน ทำให้กิจการประหยัดภาษีได้ เพราะแยกรายจ่ายส่วนตัวซึ่งเป็นรายจ่ายต้องห้ามออกไป นอกจากนี้การที่เจ้าของกิจการรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ทางภาษีก็จะช่วยให้กิจการประหยัดภาษีได้

5. ท่านคิดว่า กฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง ของสรรพากรมีความชัดเจนและสามารถศึกษาทำความเข้าใจได้ด้วยตนเอง ได้อย่างไรบ้าง

**ตอบ** เข้าใจได้ง่าย แต่ต้องใช้เวลา จากผู้มีประสบการณ์ แต่ทั้งนี้ เรื่องภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องควรเป็นเรื่องที่ปลูกฝัง หรือศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษา เพื่อให้สามารถสร้างความเข้าใจได้ง่ายขึ้น

6. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านอัตราภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์อย่างไรบ้าง

**ตอบ** การคำนวณอัตราภาษีนั้นไม่ได้แตกต่างกับการจ่ายภาษีตามปกติ คือคิดตามอัตราขั้นบันไดตามกฎหมายกำหนด และมีค่าใช้จ่ายที่สามารถนำมาหักภาษีได้ดังนี้หักค่าใช้จ่ายตามอัตรา 60% ของเงินได้ สำหรับร้านค้าที่ดำเนินการแบบซื้อมา ขายไป ไม่มีการผลิตภายในร้าน หักตามค่าใช้จ่ายจริง สำหรับบ้านที่มีการผลิตภายในร้านหักแบบเหมา กรณีที่มีรายได้จากช่องทางออนไลน์เกิน 1,000,000 บาท โดยคิดภาษีเป็น 0.5% ของเงินได้

7. โปรดระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์

**ตอบ** ขาดความรู้หรือมีความไม่แน่ใจเกี่ยวกับการจ่ายภาษี เนื่องจากกฎหมายการขายของผ่านช่องทาง อิเล็กทรอนิกส์ ยังมีความไม่ชัดเจน

8. ท่านมีข้อเสนอแนะต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** ควรผลักดันการหักค่าใช้จ่ายตาม ม.40(1)-(2) ให้เพิ่มขึ้น ค่าลดหย่อนให้หักรวมอัตราร้อยละของรายได้หรือเลือกใช้สิทธิเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ให้มีความเข้าใจง่าย เช่น ลดอัตราภาษี, การเพิ่มค่าใช้จ่าย, ไม่ต้องมีหลักเกณฑ์ซับซ้อน

คำถามสำหรับ เจ้าหน้าที่สรรพากร

คนที่ 1 เพศหญิง อายุ 30 ปี เป็น นักวิชาการด้านภาษีปฏิบัติการ สรรพากร

1. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

ตอบ ผู้มีเงินได้จากการขายออนไลน์ มีหน้าที่ยื่นรายการและชำระภาษี เงินได้บุคคลธรรมดาปีละ 2 ครั้ง ดังนี้ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาครึ่งปี ตามแบบ ภ.ง.ด.94 โดยให้นำเงินได้ที่ได้รับตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายนไป ยื่นรายการและชำระภาษีภายในเดือนกันยายนของทุกปีภาษี ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาประจำปี ตามแบบ ภ.ง.ด.90 โดยให้นำเงินได้ ที่ได้รับตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนธันวาคม ไปยื่นรายการและชำระภาษีภายใน เดือนมีนาคมของปีถัดไป โดยใช้ ทั้งนี้ ให้นำภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาครึ่งปีที่ชำระไว้ตามแบบ ภ.ง.ด.94 มาถือเป็นเครดิตภาษีในการคำนวณภาษี ประเด็นภาษีมูลค่าเพิ่ม การขายสินค้าออนไลน์ เข้าลักษณะเป็นการขายสินค้าในทางธุรกิจหรือวิชาชีพ จึงอยู่ในบังคับต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มตามมาตรา 77/2 (1) แห่งประมวลรัษฎากร โดยต้องนำ รายได้ ซึ่งเป็นค่าตอบแทนที่ได้รับมารวมคำนวณเป็นมูลค่าของฐานภาษีเพื่อเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม เมื่อมี การส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า เว้นแต่จะได้รับการชำระราคาก่อนการส่งมอบสินค้า ดังนี้ กรณีผู้ขาย สินค้าออนไลน์มีรายได้ไม่เกิน 1,800,000 บาทต่อปี ย่อมได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มตามมาตรา 81/1 แห่งประมวลรัษฎากร จึงไม่ต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม แต่หากมีความ ประสงค์จะเสียภาษีมูลค่าเพิ่มก็ให้กระทำได้โดยให้แจ้งต่ออธิบดีกรมสรรพากรเพื่อขอจดทะเบียน ภาษีมูลค่าเพิ่มและเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม และยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มภายใน 30 วันนับแต่ วันที่ได้แจ้งต่ออธิบดีกรมสรรพากร กรณีผู้ขายสินค้าออนไลน์มีรายได้เกิน 1,800,000 บาทต่อปี จะต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มภายใน 30 วันนับแต่วันที่มียารับเกิน 1,800,000 บาทต่อปี ตาม มาตรา 85/1 (1) แห่งประมวลรัษฎากร โดยเสียภาษีมูลค่าเพิ่มตามอัตราร้อยละ 7 ของมูลค่าฐานภาษี โดยคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่มจากยอดขายหักด้วยภาษีซื้อในแต่ละเดือนภาษี ผู้ประกอบการจดทะเบียนที่มีรายได้จากการขายสินค้าออนไลน์มีหน้าที่ต้องยื่นแบบ ภ.พ.30 เพื่อเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นรายเดือนภาษี ไม่ว่าจะมียาได้จากการประกอบกิจการหรือไม่ก็ตาม

2. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์หรือไม่ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ ที่มีรายได้จากการขายของออนไลน์ ไม่ว่าจะทำงานประจำไปด้วยหรือว่าขายของออนไลน์อย่างเดียวกัต้องยื่นภาษี โดยการยื่นภาษีสำหรับการขายของออนไลน์นั้นจะต้องยื่น 2 รอบ (ภ.ง.ด. 94 และ ภ.ง.ด. 90) ตามช่วงเวลาที่กรมสรรพากรกำหนด ดังนี้ รอบแรกยื่นภาษีครึ่งปี ยื่นภาษีโดยนำเงินได้ ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. – 30 มิ.ย. มาแสดงในการยื่นภาษีตามแบบฟอร์ม ภ.ง.ด. 94 ภายในวันที่ 1 ก.ค. - 30 ก.ย. ในปีเดียวกัน

3. ท่านมีความคิดเห็นต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** สิทธิและหน้าที่ในการเสียภาษีเช่นเดียวกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ต้องนำรายได้ที่มารวมคำนวณเพื่อยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ โดยการยื่นแบบภาษีและการเสียภาษีไม่มีการกำหนดอายุผู้เสียภาษี นั้นหมายความว่าเมื่อใดก็ตามที่คุณมีรายได้ที่นั้นคุณมีหน้าที่ต้องเสียภาษี

4. ท่านคิดว่าผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์จะได้รับประโยชน์จากการตัดสินใจเลือกชำระภาษีอย่างไรบ้าง

**ตอบ** ข้อดีของการเสียภาษีกันไว้ เพราะนอกจากเราจะเสียภาษีแบบถูกต้องแล้ว ยังช่วยให้ไม่ต้องกังวลการถูกตรวจสอบจากสรรพากร และยังขายของออนไลน์ได้อย่างเปิดเผยอีกด้วย

5. ท่านคิดว่า กฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง ของสรรพากรมีความชัดเจนและสามารถศึกษาทำความเข้าใจได้ด้วยตนเอง ได้อย่างไรบ้าง

**ตอบ** เข้าใจได้ง่าย แต่ต้องมีการให้ข้อมูลที่ไม่มีความซับซ้อน

6. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านอัตราการ ชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์อย่างไรบ้าง

**ตอบ** หน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการจดทะเบียน VAT ก็คือการออกไปกำกับภาษี ซึ่งหลายคนอาจรู้สึกว่าเป็นภาระ แต่หากผู้ขายสินค้าออนไลน์ไม่เคยมีมูลค่าของฐานภาษีถึง 300,000 บาท ในเดือนใดเลย ก็จะได้รับยกเว้นไม่ต้องออกไปกำกับภาษีสำหรับการขายสินค้าที่มีมูลค่าครั้งหนึ่งไม่เกิน 1,000 บาท (ยกเว้นผู้ซื้อจะขอไปกำกับภาษี ก็ต้องออกให้แก่ผู้ซื้อรายนั้น) โดยจะต้องจัดทำใบกำกับภาษีอย่างย่อที่รวมยอดขายที่ได้รับยกเว้นไม่ต้องออกใบกำกับภาษีเหล่านี้ในแต่ละวันทำการ และลงรายการดังกล่าวในรายงานภาษีขาย แต่เมื่อมีเดือนใดมีมูลค่าของฐานภาษีแตะ

300,000 บาท สิทธิดังกล่าวจะหมดไปทันที และจะต้องกลับไปออกใบกำกับภาษีทุกครั้งที่ยาสินค้า (สำหรับการขายสินค้าในลักษณะขายปลีก สามารถออกใบกำกับภาษีอย่างย่อได้ แต่หากผู้ซื้อต้องการใบกำกับภาษีเต็มรูป ก็ต้องออกให้แก่ผู้ซื้อรายนั้น)

7. โปรระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์

ตอบ ขาดความรู้หรือมีความไม่แน่ใจเกี่ยวกับการจ่ายภาษี เนื่องจากกฎหมายการขายของผ่านช่องทาง อิเล็กทรอนิกส์ ยังมีความไม่ชัดเจน

8. ท่านมีข้อเสนอแนะต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

ตอบ ควรลดหย่อนให้หักรวมอัตราร้อยละของรายได้หรือเลือกใช้สิทธิเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ให้มีความเข้าใจง่าย เช่น ลดอัตราภาษี, การเพิ่มค่าใช้จ่าย, ไม่ต้องมีหลักเกณฑ์ซับซ้อน



คำถามสำหรับ เจ้าหน้าที่สรรพากร

คนที่ 2 เพศหญิง อายุ 33 ปี เป็น นักวิชาการด้านภาษีปฏิบัติการ สรรพากร

1. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** – กรณีแรก มีรายได้จากการขายสินค้า หรือบริการเป็นรายได้หลัก (ไม่ได้เป็นพนักงานประจำ) ต้องคิดแบบเงินได้สุทธิ (ภ.ง.ด. 91) นั่นก็คือ รายได้ – ค่าใช้จ่าย – ค่าลดหย่อน

– กรณีที่สอง ถ้าหากเรามีงานประจำ รับเงินเดือนประจำอยู่แล้ว และยังมีรายได้จากการขายสินค้าเกิน 120,000 บาท (ต่อปีภาษี) ต้องคิดภาษี 2 แบบ คือ แบบแรกตาม ภ.ง.ด. 91 โดยยื่นเป็นรายได้จากเงินเดือน

ส่วนเงินได้จากการขายสินค้าให้คิดตามแบบเงินได้พึงประเมิน (ภ.ง.ด. 94) โดยให้นำเงินได้ (จากการขายสินค้า) ทั้งหมดคูณด้วย 0.005 ถ้าตัวเลขภาษีออกมาไม่เกิน 5,000 บาท ได้รับการยกเว้นภาษี แต่ถ้ามีจำนวนเกิน 5,000 บาท ให้มาเทียบกับวิธีคำนวณภาษีจากเงินได้สุทธิ (ภ.ง.ด. 91) อีกครั้งหนึ่งว่าการคำนวณจากฐานรายได้แบบไหนต้องจ่ายภาษีสูงกว่ากัน ให้เลือกอันที่จ่ายสูงกว่าเพียงอันเดียว

2. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ หรือไม่ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ ที่มีรายได้จากการขายของออนไลน์ ไม่ว่าจะทำงานประจำไปด้วยหรือว่าขายของออนไลน์อย่างเดียวต่างก็ต้องยื่นภาษี โดยการยื่นภาษีสำหรับการขายของออนไลน์นั้นจะต้องยื่น 2 รอบ (ภ.ง.ด. 94 และ ภ.ง.ด. 90) ตามช่วงเวลาที่กรมสรรพากรกำหนด ดังนี้ รอบแรกยื่นภาษีครึ่งปี ยื่นภาษีโดยนำเงินได้ ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. – 30 มิ.ย. มาแสดงในการยื่นภาษีตามแบบฟอร์ม ภ.ง.ด. 94 ภายในวันที่ 1 ก.ค. - 30 ก.ย. ในปีเดียวกัน

3. ท่านมีความคิดเห็นต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

**ตอบ** สิทธิและหน้าที่ในการเสียภาษีเช่นเดียวกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ต้องนำรายได้ที่มารวมคำนวณเพื่อยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ โดยการยื่นแบบภาษีและการเสียภาษีไม่มีการกำหนดอายุผู้เสียภาษี นั้นหมายความว่าเมื่อใดก็ตามที่คุณมีรายได้ที่นั่นคุณมีหน้าที่ต้องเสียภาษี

4. ท่านคิดว่าผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์จะได้รับประโยชน์จากการตัดสินใจเลือกชำระภาษีอย่างไรบ้าง

ตอบ ข้อดีของการเสียภาษีกันไว้ เพราะนอกจากเราจะเสียภาษีแบบถูกต้องแล้ว ยังช่วยให้ไม่ต้องกังวลการถูกตรวจสอบจากสรรพากร และยังขายของออนไลน์ได้อย่างเปิดเผยอีกด้วย

5. ท่านคิดว่า กฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง ของสรรพากรมีความชัดเจนและสามารถศึกษาทำความเข้าใจได้ด้วยตนเอง ได้อย่างไรบ้าง

ตอบ เข้าใจได้ง่าย แต่ต้องมีการให้ข้อมูลที่ไม่มีความซับซ้อน

6. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านอัตราการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์อย่างไรบ้าง

ตอบ หักค่าใช้จ่ายตามอัตรา 60% ของเงินได้ สำหรับร้านที่ดำเนินการแบบซื้อมาขายไป ไม่มีการผลิตภายในร้าน หักตามค่าใช้จ่ายจริง สำหรับกรณีที่มีการผลิตภายในร้าน หักแบบเหมา กรณีที่มีรายได้จากช่องทางออนไลน์เกิน 1,000,000 บาท โดยคิดภาษีเป็น 0.5% ของเงินได้)

7. โปรดระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์

ตอบ ผู้ประกอบการหลายรายยังไม่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ทำให้ไม่มีการเสียภาษีที่ถูกต้อง

8. ท่านมีข้อเสนอแนะต่อการชำระภาษีของผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

ตอบ ควรปลูกฝัง หรือสร้างจิตสำนึกให้ทุกคนเข้าใจได้ ให้ตระหนักถึงความสำคัญในการชำระภาษี ยังมีเด็กอีกหลายคนที่ไม่รู้ว่าการค้าการขายของ ของเขาจะต้องถูกหักภาษีต่างๆ



ภาคผนวก ข

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าออนไลน์

## กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าออนไลน์

### 1) พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545

พระราชบัญญัตินี้ กำหนดให้บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลมีหน้าที่ที่จะต้องไปจดทะเบียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อให้ภาครัฐสามารถตรวจสอบ ประเมิน และติดตาม ผู้ประกอบธุรกิจ (ผู้ขาย) ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อเป็นการป้องกัน และลดความเสี่ยงต่อผู้บริโภคในการทำธุรกรรมใดๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจ จะต้องได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจก่อนที่จะดำเนินธุรกิจได้ รายละเอียดของพระราชบัญญัตินี้ ได้กำหนดเอาไว้โดยค่อนข้างครอบคลุม โดยอธิบายเกี่ยวกับหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจทางออนไลน์ในหลายรูปแบบที่จะต้องไปจดทะเบียนต่อนายทะเบียนการประกอบธุรกิจแบบตรง โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

1) เจ้าของเว็บไซต์ นำสินค้าของบุคคลอื่นมาขายผ่านเว็บไซต์ของตนเอง > มีหน้าที่ต้องจดทะเบียน โดยแจ้งรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ วิธีการซื้อขาย ข้อกำหนดต่าง (เจ้าของผลิตภัณฑ์ไม่ต้องยื่นขอจดทะเบียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหากเจ้าของเว็บไซต์ดำเนินการจดทะเบียนแล้ว)

2) เจ้าของผลิตภัณฑ์ซึ่งหมายรวมถึงเป็นผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้แทนจำหน่าย หากมีการขายสินค้าผ่านออนไลน์ในช่องทางของตนเอง > มีหน้าที่ต้องจดทะเบียน

3) เจ้าของธุรกิจตลาดแบบตรง หมายความว่ารวมถึงบุคคลหรือนิติบุคคลที่มีการขายสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์สายด่วน (Hotline) หรือสื่อในรูปแบบอื่นๆ > มีหน้าที่ต้องจดทะเบียน

4) บุคคลหรือนิติบุคคลตามข้อ 1.1-1.3 หากว่ามีความประสงค์เพียงต้องการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โซเชียลมีเดีย อีเมล เว็บไซต์ โทรศัพท์ หรือโทรสาร เป็นต้น โดยไม่ได้มีช่องทางที่จะสามารถซื้อขายสินค้าผ่านสื่อ การโฆษณาเป็นเพียงเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่อผู้ซื้อให้รู้จักสินค้าเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น > ไม่ต้องไปจดทะเบียน

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบธุรกิจซื้อขายสินค้าผ่านออนไลน์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ จำเป็นจะต้องดำเนินการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2544 นอกเหนือไปจากการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจแบบตรงกับสำนักงาน

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยโดยมีเจตนาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของผู้ประกอบการต่าง เช่น การมีตัวตน รูปแบบธุรกิจ สถานที่ตั้ง เป็นต้น ซึ่งจากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าชี้ให้เห็นว่า ปัจจุบันสถิติการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของร้านค้าออนไลน์ในประเทศไทยถึงปี พ.ศ.2533 มีจำนวน 58,423 ราย และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะร้อยละ 2 ทุกปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา (Bangkokbiznews, 2564) ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของภาครัฐที่มีความต้องการทำให้ธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทยมีความน่าเชื่อถือให้กับทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค

ถึงแม้ว่าภาครัฐจะกำหนดบทบัญญัติกฎหมายเอาไว้ค่อนข้างครอบคลุมโดยกำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจ มีหน้าที่หรือต้องจดทะเบียนพาณิชย์กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าซึ่งอยู่ภายใต้กระทรวงพาณิชย์เอาไว้ และมีบทกำหนดโทษที่ชัดเจน ได้แก่ กรณีบุคคลหรือนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบกิจการ โดยที่ไม่จดทะเบียนพาณิชย์ มีความผิดตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ.2499 โดยมีอัตราโทษ “ปรับไม่เกิน 2,000 บาท และปรับวันละไม่เกิน 100 บาท จนกว่าจะปฏิบัติให้ถูกต้อง” (มาตรา 19 แห่ง พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499) หรือกรณีผู้ประกอบการแบบตรงไม่จดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรงมีอัตราโทษ “จำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับรายวันอีกวันละไม่เกิน 10,000 บาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืน” (มาตรา 47 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545) อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าการดำเนินการของภาครัฐในด้านการส่งเสริมและด้านการควบคุมยังไม่มีประสิทธิภาพมากเท่าที่ควร ภาครัฐตระหนักถึงความสำคัญ แนวโน้ม และทิศทางของการขยายตัวของธุรกิจออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วทั่วโลกจึงมีความพยายามในการส่งเสริมเพื่อให้ธุรกิจออนไลน์เป็นที่แพร่หลายมากขึ้นในประเทศไทย แต่ในปัจจุบันผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์โดยส่วนใหญ่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจให้ถูกต้องมากเท่าที่ควร ถึงแม้ว่าภาครัฐจะพยายามประชาสัมพันธ์ถึงผลประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับหากจดทะเบียนอย่างถูกต้องโดยเฉพาะการได้รับการยืนยันว่ามีความน่าเชื่อถือจากภาครัฐก็ตาม ทั้งนี้อาจเกิดขึ้นจากหลายสาเหตุ อาทิเช่น ความยุ่งยากในการจัดเตรียมเอกสารต่างๆ เพื่อยืนยันความมีตัวตนของธุรกิจหรือเจ้าของธุรกิจ การเสียภาษี การทำบัญชีการเงินของธุรกิจโดยละเอียด เป็นต้น

ดังนั้น ภาครัฐจึงควรประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนเพิ่มเติมในเรื่องของผลประโยชน์จากการจดทะเบียน และศึกษาหาสาเหตุสำคัญของผู้ประกอบการที่ตัดสินใจเลือกที่จะไม่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Pain point) และหาแนวทางเพื่อให้เกิดผลประโยชน์ให้ตรงกับความ

ต้องการเพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการธุรกิจเปลี่ยนใจเลือกที่จะจดทะเบียนฯ ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

## 2) พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2544

พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ฯ ถูกบัญญัติขึ้นมาเพื่อเป็นกฎหมายกลางสำหรับรองรับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เริ่มเข้ามาทดแทนรูปแบบการทำธุรกรรมแบบเดิมในอดีต เพื่ออำนวยความสะดวกของการทำธุรกรรมรูปแบบใหม่ๆ ในอนาคต การรองรับสถานะทางกฎหมายของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จึงมีผลลัพท์เท่ากับการใช้เอกสารทั่วไป เช่น หนังสือโต้ตอบ หรือการลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ปัจจุบันการทำธุรกรรมต่างๆ ไม่เฉพาะแต่ในรูปแบบการซื้อขายสินค้าผ่านทางออนไลน์แต่รวมถึงรูปแบบการให้บริการ ได้ผสมกลมกลืนไปกับการพัฒนาของเทคโนโลยีในโลกยุคปัจจุบัน ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาจึงพบเห็นการให้บริการผ่านการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ การกู้ยืมเงินทางออนไลน์ การยื่นภาษีทางออนไลน์ การจดทะเบียนหรือแม้แต่การยื่นขออนุญาตทางออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนในเรื่องของการลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมต่างๆ ทำให้เกิดความรวดเร็วสอดคล้องไปกับกระแสการพัฒนาเทคโนโลยี ตัวอย่างเช่น การทำธุรกรรมซื้อขายสังหาริมทรัพย์ ราคาตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ตามบทบัญญัติของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์จะต้องมีหลักฐานเป็นหนังสือ ลงลายมือชื่อฝ่ายที่ต้องรับผิดชอบเป็นสำคัญ แต่พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ได้บัญญัติเอาไว้ในมาตรา 8 เรื่องเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และมาตรา 9 เรื่องลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์สามารถนำมาปรับใช้กับการทำสัญญาซื้อขายได้ และสามารถนำไปฟ้องร้องบังคับคดีได้เช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัตินี้ นอกเหนือไปเจตนารมณ์ที่จะอำนวยความสะดวกสร้างมาตรฐานและเพื่อรองรับสถานะทางกฎหมายของการทำธุรกรรมในรูปแบบใหม่ในยุคที่การทำธุรกรรมแต่เดิมในอดีตได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ก็ได้มีการกำหนดบทลงโทษเอาไว้เช่นเดียวกันสำหรับผู้ประกอบการที่ให้บริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์แต่ไม่ได้ขออนุญาตเพื่อประกอบธุรกิจอย่างถูกต้อง ผู้ประกอบการจะต้องแจ้งและขึ้นทะเบียนต่อเจ้าหน้าที่ก่อนที่จะเริ่มประกอบธุรกิจตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดเอาไว้ ซึ่งหากไม่ปฏิบัติตามผู้ประกอบการจะต้องได้รับโทษตามกฎหมายซึ่งกำหนดเอาไว้ทั้งโทษจำคุกและโทษปรับซึ่งมีความรุนแรงแตกต่างกันไปตามแต่พฤติการณ์การกระทำผิด ที่กำหนด

เอาไว้ในหมวด 6 บทกำหนดโทษ ของพระราชบัญญัติฯ ซึ่งจะทำให้เกิดความเชื่อมั่นและความปลอดภัยต่อผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 3) พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562

ข้อมูลส่วนบุคคลหมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่ทำให้สามารถระบุตัวบุคคลได้ทั้งในทางตรงและทางอ้อม เช่น ชื่อสกุล ชื่อเล่น หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน หมายเลขหนังสือเดินทาง หมายเลขบัตรเครดิต ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ไอพีแอดเดรส ข้อมูลทางชีวมิติ รูปใบหน้า ลายพิมพ์นิ้วมือ อັตลักษณ์ต่างๆ และหมายรวมถึงข้อมูลประเภททรัพย์สินที่สามารถเชื่อมโยงไปถึงข้อมูลตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นได้ พระราชบัญญัตินี้มีเจตนารมณ์เพื่อสร้างมาตรการ ข้อกำหนด หลักเกณฑ์ที่กำกับดูแลเกี่ยวข้องกับการให้ความคุ้มครองข้อมูล และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล อันเนื่องมาจากการเทคโนโลยีก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและเกิดปัญหาการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวหรือข้อมูลบุคคลง่ายมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อเจ้าของข้อมูล กฎหมายจึงกำหนดข้อบังคับและแนวทางปฏิบัติในการเก็บรวบรวม หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเอาไว้สำหรับบุคคล 3 ประเภท ได้แก่ เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล และผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องและมีความจำเป็นที่จะต้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยเฉพาะฝั่งผู้ซื้อโดยตรง การซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์โดยส่วนใหญ่มักจะทำให้ผู้ซื้อกรอกข้อมูลส่วนบุคคลเกือบทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลการติดต่อระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เช่น ชื่อสกุลจริง ชื่อเล่น หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่จัดส่งสินค้า รวมถึงข้อมูลของบัตรเครดิตเพื่อใช้สำหรับการชำระค่าสินค้าบางประเภท ดังนั้น ฝั่งผู้ขายจึงต้องมีหน้าที่ให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยและคุ้มครองข้อมูลของฝั่งผู้ซื้อเพื่อไม่ให้แพร่กระจายออกมาสู่สาธารณะ ในโลกของยุคดิจิทัลจึงให้ความสำคัญกับอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัยในระบบคอมพิวเตอร์ เช่น วิศวกรความปลอดภัยทางคอมพิวเตอร์ วิศวกรความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมถึงโปรแกรมเมอร์ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันข้อมูลส่วนบุคคลได้กลายเป็นทรัพย์สินประเภทหนึ่งที่สามารถซื้อขายกันได้ คนร้ายสามารถนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ในการกระทำความผิดทางใดทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการนำไปขายต่อยังบุคคลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างอັตลักษณ์ปลอมขึ้นมา เพื่อนำไปทำธุรกรรมที่เกิดประโยชน์ต่อคนร้าย นำข้อมูลบัตรเครดิตไปใช้ทำธุรกรรมที่ผิดกฎหมาย เช่น สำนักข่าวรอยเตอร์มีรายงานว่าใน

เดือนตุลาคม พ.ศ.2562 ลาซาด้า (Lazada) แพลตฟอร์มสำหรับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ถูกเจาะระบบจากคนร้ายและนำข้อมูลลูกค้า (ผู้ซื้อ) ในประเทศสิงคโปร์ออกไปจากระบบกว่า 1.1 ล้านบัญชี เช่น ชื่อบัญชี หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล รหัสผ่านรวมถึงหมายเลขบัตรเครดิต (Reuters, 2020) ในประเทศไทยในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 ก็มีคดีอาชญากรรมที่ปรากฏตามสื่ออยู่บ่อยครั้งประเภทหลอกลวงทางออนไลน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในคดีคอลเซนเตอร์ คดีโรแมนซ์สแกม คดีหลอกลวงให้ลงทุนทางออนไลน์ ซึ่งข้อมูลสำคัญที่พบในคดีดังกล่าวในภายหลังพบว่าคนร้ายมีข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เสียหายอยู่เป็นจำนวนมาก โดยคนร้ายได้ใช้ข้อมูลเช่น ชื่อสกุลจริง วันเดือนปีเกิด หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน หมายเลขโทรศัพท์ สำหรับการสร้างสถานการณ์เพื่อหลอกลวงให้ผู้เสียหายหลงเชื่อว่าเป็นเจ้าหน้าที่รัฐจริง (ในคดีคอลเซนเตอร์) หรือการได้รับข้อความจำนวนมากเพื่อชักชวนให้ลงทุน ให้กู้ยืมเงินหรือเล่นพนันออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นเหตุให้มีประชาชนตกเป็นเหยื่อจำนวนมาก คำถามที่ตามมาคือ คนร้ายได้หมายเลขโทรศัพท์ของประชาชนทั่วไปมาจากที่ใด ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วควรจะมีเฉพาะผู้ให้บริการ โทรศัพท์ ครอบครัว เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน หรือคนสนิทเท่านั้นที่ทราบถึงหมายเลขโทรศัพท์ของเจ้าของหมายเลข จะเห็นได้ว่าในยุคดิจิทัลข้อมูลส่วนบุคคลกลับกลายเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์สูงสุดในด้านการโฆษณามากกว่าการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่นๆ

ดังนั้น ในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจึงกำหนดบทลงโทษทางอาญาและโทษทางปกครองเอาไว้โดยเฉพาะ และกำหนดรายละเอียดพฤติกรรมการกระทำความผิดไว้ค่อนข้างละเอียดและครอบคลุม กำหนดหน้าที่ของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่นไว้อย่างเข้มงวด ถือเป็นประโยชน์ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้บริโภคที่มีสิทธิที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครองข้อมูลอย่างดีที่สุด กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจึงนับว่าเป็นมาตรการที่ดีในการป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้นจากธุรกิจขายสินค้าและบริการทางออนไลน์

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (The Personal Data Protection Act B.E. 2562) โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

- (1) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฯ

มาตรา 6 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลซึ่งทำให้สามารถระบุตัวบุคคลนั้นได้ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมแต่ไม่รวมถึงข้อมูลของผู้ถึงแก่กรรมโดยเฉพาะ และไม่รวมข้อมูลของนิติบุคคลเช่น ชื่อนามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมล ฯลฯ

มาตรา 26 ข้อมูลที่ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษในการเก็บรวบรวม หรือประมวลผล เช่น เชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ความคิดเห็นทางการเมือง ความเชื่อในลัทธิ ศาสนาหรือปรัชญา พฤติกรรมทางเพศ ประวัติอาชญากรรม ข้อมูลสุขภาพ ความพิการ ข้อมูลสหภาพแรงงาน ข้อมูลพันธุกรรม ข้อมูลชีวภาพ ทั้งนี้ กฎหมายให้การคุ้มครองข้อมูลที่อ่อนไหวเข้มงวดกว่าข้อมูลส่วนบุคคลธรรมดา

(1) เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล (Data Subject) ตามกฎหมายไม่ได้ให้คำนิยามไว้ แต่โดยหลักการทั่วไปแล้วหมายถึงบุคคลที่ข้อมูลนั้นระบุไปถึง (มาตรา 6)

(2) ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล (Data Controller) บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล เช่น หน่วยงานของรัฐ หรือเอกชน โดยทั่วไป ที่เก็บรวบรวม ใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชนหรือลูกค้าที่มาใช้บริการ (มาตรา 6)

(3) ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Data Processor) บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งดำเนินการเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลตามคำสั่งหรือในนามของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล เช่น บริการ cloud service เป็นต้น (มาตรา 6)

(4) ข้อมูลส่วนบุคคลที่อ่อนไหว (Sensitive Personal Data) ข้อมูลที่ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษในการเก็บรวบรวม หรือประมวลผล เช่น เชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ความคิดเห็นทางการเมือง ความเชื่อในลัทธิ ศาสนาหรือปรัชญา พฤติกรรมทางเพศ ประวัติอาชญากรรม ข้อมูลสุขภาพ ความพิการ ข้อมูลสหภาพแรงงาน ข้อมูลพันธุกรรม ข้อมูลชีวภาพ ทั้งนี้ กฎหมายให้การคุ้มครองข้อมูลที่อ่อนไหวเข้มงวดกว่าข้อมูลส่วนบุคคลธรรมดา (มาตรา 26)

## (2) ขอบเขตการบังคับใช้กฎหมาย

2.1 ใช้บังคับกับกรณีที่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลอยู่ในประเทศไทย

2.2 ใช้บังคับกรณีที่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลอยู่นอกประเทศไทย หากมีกิจกรรมดังนี้

(1) เสนอขายสินค้าหรือบริการให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่อยู่ในประเทศไทย

(2) เผ่าติดตามเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

## (3) ข้อยกเว้นการบังคับใช้ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฯ

โดย พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฯ ไม่ใช่บังคับกับกรณี ตามมาตรา 4 ดังต่อไปนี้

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือเพื่อกิจกรรมในครอบครัว

3.2 การดำเนินการของหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการรักษาความมั่นคงของรัฐ การรักษาความปลอดภัยของประชาชน การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน นิติวิทยาศาสตร์ การรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

3.3 การเก็บรวบรวมเพื่อกิจการสื่อสารมวลชน งานศิลปกรรม หรืองานวรรณกรรม อันเป็นไปตามจริยธรรมแห่งการประกอบวิชาชีพ หรือเป็นประโยชน์สาธารณะเท่านั้น

3.4 สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา รัฐสภา คณะกรรมการ ตามอำนาจและหน้าที่ของสภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา รัฐสภา และคณะกรรมการ

3.5 การพิจารณาพิพากษาคดีของศาล การดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ในกระบวนการพิจารณาคดี การบังคับคดี การวางทรัพย์ การดำเนินงานตามกระบวนการยุติธรรมทางอาญา

3.6 การดำเนินการกับข้อมูลของบริษัทข้อมูลเครดิตและสมาชิกตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต

## (4) ความรับผิดและบทลงโทษ

## 4.1 ความรับผิดทางแพ่ง

(1) ผู้กระทำความผิดข้อมูลส่วนบุคคลต้องชดใช้ค่าสินไหมทดแทนให้กับเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ไม่ว่าจะกระทำความผิดนั้นจะเกิดจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อหรือไม่ก็ตาม

(2) ศาลมีอำนาจสั่งให้ชดใช้ค่าสินไหมทดแทนเพิ่มเติมได้สองเท่าของค่าสินไหมทดแทนที่แท้จริง

## 4.2 โทษอาญา

(1) กำหนดบทลงโทษทางอาญาไว้สำหรับความผิดร้ายแรง เช่น การใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความละเอียดอ่อนโดยมิชอบ ล่วงรู้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่นแล้วนำไปเปิดเผยแก่ผู้อื่นโดยมิชอบ

(2) ระวังโทษสูงสุดจำคุกไม่เกิน 1 ปีหรือปรับไม่เกิน 1,000,000 บาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

(3) ในกรณีที่ผู้กระทำความผิดเป็นนิติบุคคล กรรมการหรือผู้จัดการ หรือบุคคลใด ซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลนั้นอาจต้องร่วมรับผิดชอบในความผิดอาญาที่เกิดขึ้น

#### 4.3 โทษทางปกครอง

(1) กำหนดโทษปรับทางปกครองสำหรับการกระทำความผิดที่เป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ไม่แจ้งวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบขอความยินยอมโดยหลอกลวงเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ไม่แต่งตั้ง DPO เป็นต้น

(2) โทษปรับทางปกครองสูงสุด 5,000,000 บาท

(5) การบังคับใช้ข้อมูลส่วนบุคคลที่เก็บรวบรวมไว้ก่อนวันที่ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฯ

5.1 ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลสามารถเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลส่วนบุคคลนั้นต่อไปได้ตามวัตถุประสงค์เดิม ต้องกำหนดวิธีการยกเลิกความยินยอมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่ไม่ประสงค์ให้

5.2 ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวสามารถแจ้งยกเลิกความยินยอมได้โดยง่าย

5.3 การเปิดเผยและการดำเนินการอื่นที่มีใช้การเก็บรวบรวมและการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล, 2566 และสุนทรีย์ สังเสริม, 2564)

#### 4) กฎหมายเกี่ยวกับการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรมพัฒนาธุรกิจการค้าอาจอ้างอำนาจตามกฎหมายทะเบียนพาณิชย์ ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2553 มาตรา 5 กำหนดให้ผู้ขายสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตที่มีกิจการที่มีการซื้อ-ขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือการบริการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หรือบริษัทมหาชนจำกัดทุกห้องที่ทั่วราชอาณาจักร) อาทิ

- (1) ผู้ขายสินค้า/บริการ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และ Social Media
- (2) ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider : ISP)
- (3) ผู้ให้เช่าพื้นที่ของเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Webhosting)
- (4) ผู้ให้บริการเป็นตัวกลางในการซื้อขายสินค้า/บริการ ผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Marketplace) เช่น Lazada Shopee ฯลฯ

ตามที่อยู่ของผู้ขาย

โดยต้องดำเนินการจดทะเบียนพาณิชย์การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่เริ่มค้าขาย ผู้ค้าต้องทำเว็บไซต์ที่จะใช้ขายสินค้าให้เรียบร้อย เช่น ลงรูปสินค้า คำบรรยาย ราคา วิธีชำระเงิน และวิธีจัดส่งให้ครบถ้วน เพื่อให้ผู้ประกอบการแสดงตนอย่างเปิดเผยต่อทางราชการ ซึ่งสามารถดำเนินการเพื่อจดทะเบียนพาณิชย์ ณ สำนักงานเขตในกรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา เทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ตามที่ตั้งของสถานประกอบการหรือตามที่อยู่ของผู้ขาย

ทั้งนี้ หากได้มีการยื่นจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้วก็จะสามารถดำเนินการขอใช้เครื่องหมายดังต่อไปนี้

1) “DBD Registered” หรือ เครื่องหมายรับรองผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้แสดงความมีตัวตนในการประกอบธุรกิจ e-Commerce โดยแสดงไว้บนหน้าเว็บไซต์ร้าน ซึ่งจะมีอายุการใช้งานเป็นเวลา 5 ปี นับแต่วันที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้าอนุมัติให้มีกำหนดใช้

2) “DBD Verified” หรือ เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ เพื่อยกระดับการสร้าง ความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค ที่ต้องการมองเห็นร้านค้าออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือสูง แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับ Silver (ดี), ระดับ Gold (ดีมาก) และ ระดับ Platinum (ดีเด่น) โดยจะออกให้แก่ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียน และมีคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักเกณฑ์กำหนด และมีคุณภาพผ่านเกณฑ์ประเมิน ตามมาตรฐานคุณภาพธุรกิจ e-Commerce ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะมีอายุการใช้งานเป็นเวลา 1 ปี นับตั้งแต่วันที่อนุญาตและสามารถยื่นขอต่ออายุได้ปีต่อปี

และตามพ.ร.บ.ทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ.2499 ได้กำหนดบทลงโทษไว้ในมาตรา 19 ที่ระบุว่า หากร้านค้าออนไลน์ไม่จดทะเบียนตาม พ.ร.บ. ฉบับนี้ หรือแสดงรายการเท็จ หรือไม่มาให้ นายทะเบียนพาณิชย์สอบสวน ไม่ยอมให้ถ้อยคำ หรือไม่ยอมให้ทะเบียนพาณิชย์หรือพนักงาน

เจ้าหน้าที่เข้าไปตรวจสอบนั้น จะต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 2,000 บาท และให้ปรับอีกวันละ 100 บาท จนกว่าจะจดทะเบียนแล้วเสร็จ (โพสท์ทูเดย์, 2566)

## 5) กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา

การละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา หมายถึง การขายผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน/เนื้อหาที่มีลิขสิทธิ์/การออกแบบทางอุตสาหกรรมที่ไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา (กระทรวงยุติธรรม, 2564) ได้แก่

### 1) การละเมิดเครื่องหมายการค้า/สิทธิบัตร/สินค้าปลอมหรือเลียนแบบ

การใช้เครื่องหมายการค้า หรือชื่อทางการค้า เพื่อโฆษณา, อ้างอิง ผ่าน ชื่อรูปภาพ หรือคำอธิบายเนื้อหาสินค้า รวมทั้งจำหน่ายสินค้าปลอมแปลงภายใต้เครื่องหมายการค้า (รวมถึงมีความคล้ายคลึงกัน) โดยไม่ได้รับอนุญาตจากบุคคลหรือองค์กรอันเป็นเจ้าของสิทธิเครื่องหมายการค้า

### 2) การละเมิดสิทธิบัตร

การขายมิไว้เพื่อเสนอขาย หรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งผลิตภัณฑ์ตามสิทธิบัตรหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้กรรมวิธีตามสิทธิบัตร โดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ทรงสิทธิบัตร รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้การออกแบบ/สิทธิบัตรของผู้ทรงสิทธิบัตร โดยไม่ได้รับอนุญาต

### 3) การละเมิดลิขสิทธิ์

การนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ เผยแพร่ คัดแปลง ทำซ้ำ ในส่วนของรูปภาพ/โลโก้/เนื้อหาที่มีลิขสิทธิ์ รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง คำอธิบาย คำแนะนำ ส่วนผสม รายละเอียดผลิตภัณฑ์ โดยผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ทรงสิทธิไม่อนุญาต

การคุ้มครองลิขสิทธิ์งานต่างๆจากกฎหมายที่ได้มีการปรับแก้ (ฉบับล่าสุด) เป็นการขยายความคุ้มครองไปถึงบนโลกออนไลน์ และลิขสิทธิ์ของนักแสดงได้อย่างครอบคลุม เช่น บทความ หนังสือ ซอฟต์แวร์ เพลง รูปภาพ ภาพวาด ภาพถ่าย ภาพข่าว ภาพยนตร์ ละครต่างๆที่อยู่ในโซเชียลมีเดียทั้งทวิตเตอร์, เฟซบุ๊ก, ไลน์ หรืออินสตาแกรม และมีการเพิ่มบทกำหนดโทษ ที่ศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้ละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดง ต้องจ่ายค่าเสียหายเพิ่มขึ้นไม่เกิน 2 เท่าของค่าเสียหายที่เกิดขึ้น หากมีหลักฐานชัดเจนว่าเป็นการเจตนาโทษฐาน “ละเมิดลิขสิทธิ์” โดยมีโทษปรับตั้งแต่ 20,000-200,000 บาท และหากกระทำความผิดมีเจตนาเพื่อการค้า มีโทษปรับตั้งแต่

100,000-800,000 บาท หรือจำคุก 6 เดือน - 4 ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ เมื่อมีการปรับปรุงกฎหมายเพื่อป้องกันและกำหนดบทลงโทษกับผู้ที่จะละเมิดลิขสิทธิ์ หากไม่มีความตระหนักเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา ไม่มีความรู้ ความเข้าใจเรื่องกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาก็มีความเสี่ยงที่จะละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ เช่น หากนำข้อมูลของผู้อื่นมาแชร์ในโลกโซเชียลโดยไม่ให้เครดิต หรือนำไปใช้เพื่อการค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต อาจมีความผิด โดยกฎหมายฉบับใหม่ได้กำหนดอัตราโทษขั้นต่ำไว้ที่ ปรับ 1 หมื่น - 1 แสนบาท หากกระทำเพื่อการค้ามีโทษปรับตั้งแต่ 5 หมื่น-4 แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ เป็นต้น

โดยกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องมีดังต่อไปนี้

(1) พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์

- 1.1 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2565
- 1.2 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2561
- 1.3 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558
- 1.4 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558
- 1.5 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

(2) พระราชบัญญัติสิทธิบัตร

- 2.1 พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2552

(3) พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า

- 3.1 พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2559
- 3.2 พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543
- 3.3 พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534

(4) พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544

หมวด 1 : ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

เป็นบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ในการทำงานธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบไปด้วยมาตรา 7 – มาตรา 25

หมวด 2 : ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์

เป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงหน้าที่ของบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบไปด้วยมาตรา 26 ถึง มาตรา 31

หมวด 3 : ธุรกิจบริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์  
เป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับการกำหนดหลักเกณฑ์การกำกับธุรกิจบริการ  
เกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบไปด้วยมาตรา 32 ถึง มาตรา 34

หมวด 4 : ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ  
เป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์กับหน่วยงาน  
ภาครัฐหรือโดยหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งประกอบไปด้วยมาตรา 35

หมวด 5 : คณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์  
เป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับการจัดตั้งและบทบาทของคณะกรรมการธุรกรรม  
ทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบไปด้วยมาตรา 36 ถึง มาตรา 43

หมวด 6 : บทกำหนดโทษ  
เป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับบทกำหนดโทษ ซึ่งประกอบด้วยมาตรา 44 ถึง  
มาตรา 46 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2566)

#### 6) พระราชบัญญัติเก็บภาษีผู้ค้าออนไลน์

สำหรับผู้ที่ย้ายของออนไลน์ แต่ไม่ได้จดทะเบียนในรูปแบบของบริษัท จะชำระภาษีใน  
รูปแบบของเงินได้บุคคลธรรมดา โดยจะถูกจัดอยู่ในประเภท 8 คือเงินได้จากการค้าขาย ซึ่ง  
ระยะเวลาการยื่นภาษีจะมี 2 ช่วง คือ 1) ยื่นแบบ ภ.ง.ด.90 (ช่วงเดือน ม.ค.-มิ.ค.) และ 2) ยื่นแบบ  
ภ.ง.ด.94 (ช่วงเดือน ก.ค.-ก.ย.) (กระทรวงยุติธรรม, 2564)

#### หลักการคำนวณภาษี

โดยอัตราการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจะเป็นหลักเกณฑ์ของเงินได้สุทธิต่อปี

$$(\text{รายได้} - \text{ค่าใช้จ่าย} - \text{ค่าลดหย่อน}) \times \text{อัตราภาษี} = \text{ภาษีที่ต้องจ่าย}$$

พ.ร.บ.บัญญัติเก็บภาษีผู้ค้าออนไลน์ ที่ประกาศให้สถาบันการเงินส่งรายงานธุรกรรม  
ให้กับกรมสรรพากร เพื่อตรวจสอบข้อมูลของผู้ที่มีรายได้ ซึ่งมีร้านค้าออนไลน์อยู่ในกลุ่มเป้าหมาย  
ที่จะถูกบังคับใช้ การตรวจสอบที่เกิดขึ้นเพื่อให้กรมสรรพากรมีข้อมูลที่จะใช้ในการจัดเก็บภาษีที่

แม่นยำ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยข้อมูลที่ได้รับจะเป็น ชื่อ-นามสกุล, เลขประจำตัวประชาชน, เลขที่บัญชีเงินฝาก, การฝากหรือโอนเงิน, จำนวนครั้งของการฝากหรือโอนรับเงิน โดยหลักเกณฑ์ของ พ.ร.บ.เก็บภาษีผู้ค้าออนไลน์ มีดังต่อไปนี้

1.1 ฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีตั้งแต่ 3,000 ครั้ง/ปี หากเกินจะโดนตรวจสอบไม่ว่ามูลค่าเงินจะโอนมาก-น้อย แยกไหนก็ตาม

1.2 ฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีรวมกันตั้งแต่ 400 ครั้ง และมียอดเงินรวมกันตั้งแต่ 2,000,000 บาท/ปีขึ้นไป จะต้องโดนตรวจสอบ

ทั้งนี้ การนับยอดทำธุรกรรมจะเป็นแบบปีต่อปี คือ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคมของปีนั้นๆ

ดังนั้น หากผู้ประกอบการไม่เข้าเกณฑ์ที่กล่าวไปข้างต้นก็จะไม่โดนตรวจสอบ แต่ควรจะยื่นเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยหากมีเงินได้สุทธิตั้งแต่ 150,000 บาทขึ้นไป ก็จะเสียภาษีตามอัตราของรายได้ที่กำหนด และหากมีรายได้มากกว่า 1.8 ล้านบาท/ปี จะต้องโดนเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (กรมสรรพากร, 2566)

## 7) พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 53) พ.ศ. 2564

ผู้ให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์จากต่างประเทศแก่ผู้ใช้ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการจดทะเบียนมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ดังนี้

2.1 จะมีหน้าที่เสียภาษีมูลค่าเพิ่มเมื่อมีรายได้เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี และมีหน้าที่ยื่นจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

2.2 เสียภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ในอัตราร้อยละ 7 จากยอดขายโดยไม่ให้นำภาษีซื้อมาหัก

โดยยื่นแบบแสดงรายการภาษีและนำส่งภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่ กรมสรรพากร ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความง่ายและอำนวยความสะดวกในการชำระภาษี สำหรับผู้ใช้บริการที่ไม่ได้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยผู้ให้บริการจากต่างประเทศทำหน้าที่นำส่งภาษีแทน ผ่านระบบบริการจด

ทะเบียนและชำระภาษีมูลค่าเพิ่มอย่างง่าย (Simplified VAT) แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เข้าข่ายต้องเสียภาษีดังกล่าว เช่น

- (1) แพลตฟอร์มดูหนัง ฟังเพลง เช่น Netflix Spotify
- (2) แพลตฟอร์มเล่นเกม เช่น Steam PlayStation Store
- (3) แพลตฟอร์มนายหน้า เช่น Booking.com
- (4) สื่อโฆษณา เช่น Facebook YouTube Google Line
- (5) ตลาดกลางที่จับผู้ซื้อและผู้ขายมาเจอกัน เช่น Shopee Airbnb
- (6) บริการ e-commerce เช่น eBay Amazon (กระทรวงยุติธรรม, 2564)

#### 8) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ในต่างประเทศได้ตระหนักถึงความสำคัญและให้ความสำคัญคุ้มครองแก่ประชาชนมาอย่างยาวนานซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนที่ควรจะได้รับคุ้มครองจากภาครัฐ โดยแนวคิดเกี่ยวกับสิทธิส่วนบุคคลนั้นเริ่มมาตั้งแต่กลางศตวรรษที่ 20 ปราบกฎครั้งแรกในปฎิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ค.ศ. 1948 (Universal Declaration of Human Right 1948) ตามมาตรา 12 บัญญัติว่า “บุคคลย่อมไม่ถูกล่วงละเมิดโดยอำเภอใจในความเป็นอยู่ส่วนตัว ในครอบครัว ในเคหสถาน หรือการติดต่อสื่อสาร รวมถึงการไม่ถูกลบหลู่เกียรติยศ ชื่อเสียง บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายจากการล่วงละเมิดหรือการลบหลู่เช่นว่านั้น” (กระทรวงยุติธรรม, 2564)

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นภสร ภูอินอ้อย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยี เครื่องสำอาง, 2562 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง, 2568
สถานที่ทำงาน	บริษัท มีสเตอร์ บานาน่าส์ จำกัด
ตำแหน่งปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ

