

การเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากร
จากการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
(E-Commerce)

โดย

นายวรพัฒน์ เชาววิศิษฐ
ผู้อำนวยการสำนักงานศุลกากรตรวจของผู้โดยสาร
ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
กรมศุลกากร

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 61
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2561 - 2562

หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัย เรื่อง “การเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)” ลักษณะวิชาการเศรษฐกิจ ของ นายวรพัฒน์ เชาว์วิศิษฐ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 61 ประจำปีการศึกษาพุทธศักราช 2561 – 2562

พลโท

(ขจรฤทธิ์ นิลคำแหง)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

บทคัดย่อ

เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย นายวรพัฒน์ เชาว์วิศิษฐ **หลักสูตร** วปอ. **รุ่นที่** 61

รายงานผลการวิจัย เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรค ในการจัดเก็บรายได้ศุลกากร (2) เพื่อศึกษาช่องทางสำหรับการอุดรอยรั่วไหลของการจัดเก็บอากรศุลกากร (3) เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเจริญเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) (4) เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากร รวมถึงการอบรมทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ และพิธีการศุลกากรที่เกี่ยวข้องในการเสริมสร้างพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสำหรับการควบคุมสินค้าของต้องห้าม ต้องกักตักทางศุลกากรให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงเพิ่มประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีโดยยึดหลักธรรมาภิบาลให้ดียิ่งขึ้นต่อไปโดยการวิจัยเน้นการศึกษาวิเคราะห์ กระบวนการและรูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งเป็นการศึกษาแนวคิด/หลักการระดับยุทธศาสตร์ จะไม่ลงลึกในรายละเอียดการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของ (E-Commerce) โดยจะเน้นเฉพาะหลักการหรือรูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อกำหนดแผนเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของ E-Commerce และประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่กรมศุลกากร และประชาชนผู้มาติดต่อราชการเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการศึกษา และใช้ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 วิธิดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับใช้การวิจัยเชิงพรรณนา

จากการวิเคราะห์งานวิจัยนี้ พบปัญหา อุปสรรค ในการจัดเก็บรายได้ศุลกากรจากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้แก่ ผู้นำเข้ามีวิธีการหลบเลี่ยงภาษี โดยใช้ช่องว่างของกฎหมาย ดำเนินการแยกหีบห่อ/นำชื่อบุคคลอื่น ๆ สำหรับใช้ในการจัดส่ง เพื่อให้ได้รับการยกเว้นอากร อีกทั้งการใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ที่ไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้(1) นำระบบข้อมูลขนาดใหญ่ หรือ Big Data มาช่วยให้กรมศุลกากรสามารถจัดการกับข้อมูลเชิงลึกสำหรับการสืบค้นกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มหนึ่งที่ไม่ได้อยู่ในระบบภาษี หรือจัดการกับวิธีการในการหลีกเลี่ยงภาษี เพื่อให้การจัดเก็บภาษีมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น(2) มอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดทำระเบียบศุลกากรเพื่อรองรับ

ข

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อส่งเสริมการค้าและเชื่อมโยงการค้าโลก และเพื่ออุดหนุน
รัฐวิสาหกิจในการหลบล้างภาษี(3)พัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากร รวมถึงการอบรมทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ
ระเบียบ และพิธีการศุลกากรที่เกี่ยวข้อง ในการเสริมสร้างพัฒนาสมรรถนะบุคลากร(4) กำหนดโทษ
ร้ายแรง การทุจริต ของเจ้าหน้าที่

Abstract

Title	Thai Customs Revenue Optimization from a Growth of electronic commerce (E-commerce)
Field	Economics
Name	Mr. Vorapat Jaovisidha, CourseNDC, Class 61

The research in Thai Customs revenue optimization from a growth of E-commerce aims to four objectives, including (1) to study problems and obstacles in Thai Customs revenue collection, (2) to study the channel of Customs duty collection leakage, (3) to study guidelines for increasing the efficiency of Thai Customs revenue collection from the growth of E-Commerce, and (4) to enhance officials knowledge concerning rules and regulations of customs clearance procedures, to strengthen the competency of officials in control of prohibited and restricted goods, and to increase the effectiveness of tax and duty collection by adhering to good corporate governance. This research focuses on analytical forms and process of E-Commerce, and study of strategic concepts and principles in order to determine the efficiency plan of Customs revenue collection from the growth of E-Commerce. This research does not intend to study into details of Thai Customs revenue collection from E-Commerce. The samples used in this research include Thai Customs officials and their clients from E-commerce business. This research was processed from January 2019 to May 2019 by using qualitative and descriptive methods.

The results show some problems and obstacles of Customs revenue collection in E-commerce business, for instance, importers avoid paying duties and taxes by using legal loopholes as they separate their goods into several packages or use several names as recipients to benefit from De Minimis Value rules as well as inconsistent discretion made by officials concerning similar goods. There are suggestions as follows : (1) Apply Big Data to Thai Customs risk management to handle in-depth information for searching a group of entrepreneurs that does not show in Thailand tax system and exterminate tax evasion to optimize tax and duty collection, (2) Assign relevant

divisions to prepare customs regulations to support e-commerce in order to promote and link global trade and to prevent tax collection leakage, (3) develop knowledge of officials including training to understand relevant regulations and customs procedures to enhancing officials competency, and (4) impose serious penalties for corruption officials.

คำนำ

รายงานผลการวิจัย เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 61 วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร ประจำปี 2561 – 2562 รายงานผลงานวิจัยซึ่งนำเสนอภาพรวมในการจัดเก็บรายได้ศุลกากรจากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ณ ส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ กรมศุลกากร และการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการจัดเก็บรายได้ศุลกากรจากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา เจ้าหน้าที่วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร เจ้าหน้าที่ศุลกากร พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และประชาชนผู้มาติดต่อราชการ ณ ส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ กรมศุลกากร ที่ได้ช่วยให้คำชี้แนะ อนุเคราะห์ข้อมูล และช่วยในการประสานงาน ทำให้การวิจัยเป็นไปอย่างราบรื่น และสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานผลการวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการจัดเก็บรายได้ศุลกากรจากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ในอนาคต

(นายวรพัฒน์ เชาววิศิษฐ์)

นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 61

ผู้วิจัย

กิตติกรรมประกาศ

ตามที่ได้ที่มาศึกษาหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 61 วิทยาลัยป้องกัน
ราชอาณาจักร ประจำปี 2561 – 2562 ทำให้ได้รับความรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่าอย่างมากมาย

รายงานผลการวิจัย เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจาก
การเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ของอาจารย์
ที่ปรึกษาที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนะในการศึกษาค้นคว้า แนะนำขั้นตอนและวิธีจัดทำงานวิจัยจน
สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

(นายวรพัฒน์ เชาววิศิษฐ์)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 61

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
คำนำ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
วิธีดำเนินการวิจัย	3
ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย	3
บทที่ 2 กฎหมาย ทฤษฎี และหลักการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	4
กล่าวนำกฎหมายการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4
การแบ่งหมวด และมาตราของพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	4
การประกอบธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์	7
ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	7
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)	7
ความหมายธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)	8
ประวัติวิวัฒนาการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	9
รูปแบบของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	9
องค์ประกอบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	11
การแบ่งสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)	13
ขั้นตอนการทำงาน	13
โครงสร้างของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce System)	14

สิ่งจำเป็นสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)	14
การเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบสิ่งแวดล้อมของการค้าอิเล็กทรอนิกส์ปัจจุบัน	15
ความสำคัญของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)	15
ความปลอดภัยกับ E-Commerce	15
การชำระเงินบน E-Commerce	16

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580) ที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	16
เอกสาร บทความ เกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของต่างประเทศ	17
กรอบแนวคิดของการวิจัย	38
สรุป	39
บทที่ 3 การจัดเก็บภาษีอากรและบทบาทหน้าที่ของกรมศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	41
กล่าวนำ	41
ความหมายของภาษีอากร	41
ความสำคัญของภาษีอากร	42
ความสำคัญของภาษีอากรในด้านอื่น ๆ	43
วัตถุประสงค์ในการจัดเก็บภาษีอากร	43
ลักษณะภาษีอากรที่ดี	44
หลักการจัดเก็บภาษีในทัศนะของ อัดัม สมิธ (Adam Smith)	46
ระบบภาษีอากรที่ดีในมุมมองของผู้จัดเก็บ	46
การจัดหารายได้ของรัฐโดยการจัดเก็บภาษีอากร	47
การจัดเก็บภาษีศุลกากรของกรมศุลกากร	48
ประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีอากร	48
บทบาทหน้าที่ของกรมศุลกากร	50

ช

วิสัยทัศน์กรมศุลกากร	51
พันธกิจกรมศุลกากร	51
ยุทธศาสตร์กรมศุลกากร	52
ค่านิยมองค์กร	52
บทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ E-commerce มากที่สุดของ กรมศุลกากร	52
สรุป	57

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4	
แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากร	
จากการเติบโตของ E-Commerce	59
กล่าวนำ	59
แนวทางการแก้ไขปัญหา	59
แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรสำหรับการ	
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)	61
สรุป	62
บทที่ 5	
สรุปและข้อเสนอแนะ	63
สรุป	63
ข้อเสนอแนะ	64
บรรณานุกรม	66
ประวัติย่อผู้วิจัย	68

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2-1	เปรียบเทียบการนำเข้าแบบดั้งเดิมและการนำเข้าผ่าน CBEC	23
2-2	กฎหมายเก่า (ก่อน 8 เมษายน 2559)	24
2-3	กฎหมายใหม่ (ตั้งแต่ 8 เมษายน 2559)	24
2-4	ตัวอย่างสินค้าที่อยู่ในบัญชีอนุญาตที่ต้องขึ้นทะเบียน	25
2-5	การจัดเก็บภาษีระหว่างการนำเข้าแบบติดที่ฉันทับและการสั่งซื้อ โดยตรงจากต่างประเทศ	27
2-6	ตัวอย่างการนำเข้าเครื่องสำอางที่อยู่ในบัญชีอนุญาต ราคา 400 หยวน	28
2-7	ตัวอย่างการนำเข้าหนังสือ ราคา 100 หยวน	28
2-8	ตัวอย่างการนำเข้าซีดีที่อยู่ในบัญชีอนุญาต ราคา 100 หยวน	29
2-9	มูลค่าการนำเข้าที่ได้รับยกเว้นภาษีศุลกากร ภาษีมูลค่าเพิ่ม และ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	36
3-1	การจำแนกไปรษณีย์ภัณฑ์ที่นำเข้า-ส่งออกโดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	54
4-1	แนวทางการแก้ไขปัญหาการจัดเก็บรายได้ของศุลกากรจากการ เติบโต E-Commerce	59

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce : E-Commerce) เป็นช่องทางการตลาดและขายสินค้าออนไลน์ที่มีการเติบโตเป็นตัวเลข 2 หลักมาอย่างต่อเนื่อง และยังคงได้รับความสนใจอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังจากการรุกเข้ามาของกลุ่มผู้ประกอบการ E-Market Place ต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นจีน หรือเกาหลีใต้ ที่มีห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) ของตลาด E-Commerce ที่ครบวงจร ตั้งแต่ Platform ของร้านค้าออนไลน์ การบริการจัดส่งสินค้า (Delivery) ไปจนถึง ระบบการชำระเงิน (Payment) รวมถึงการรุกขยายช่องทางออนไลน์ที่เข้มข้นขึ้นของบรรดาผู้ประกอบการค้าปลีก Modern Trade ก็น่าจะทำให้ภาพรวมของตลาด E-Commerce ขยายตัวอย่างรวดเร็วขึ้น ซึ่งสัญญาณดังกล่าว นำมาซึ่งโอกาสและความท้าทายของศุลกากร ที่จะต้องเร่งปรับตัวสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ จากการเติบโตของ E-Commerce โดยรักษาสมดุลระหว่างการอำนวยความสะดวกในการให้บริการศุลกากรและการควบคุมทางศุลกากร

การค้า E-Commerce ในปัจจุบันกำลังเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้มีการเคลื่อนย้ายคน ยานพาหนะ และสินค้าระหว่างประเทศต่าง ๆ เพิ่มขึ้นมากกว่าแต่ก่อนเป็นเหตุให้นานาประเทศต่างประสบปัญหาในการจัดเก็บภาษีสินค้าที่ซื้อขายผ่านช่องทางดังกล่าว อีกทั้ง การนำเข้า/ส่งออกสินค้าผ่าน E-Commerce ยังสุ่มเสี่ยงต่อความมั่นคงปลอดภัย การฉ้อโกงและบิดเบือนการแข่งขันทางการค้าภายในประเทศ จากความร่วมมือระหว่างองค์การศุลกากรโลก (WCO) และสหภาพไปรษณีย์สากลที่ผ่านมา ทำให้พบว่าสินค้าที่ซื้อขายผ่าน E-Commerce มักเป็นสินค้าที่มีมูลค่าต่ำกว่ามูลค่าขั้นต่ำที่ต้องชำระภาษีศุลกากร (de minimis value) จึงไม่ต้องมีการสำแดงสินค้า และอาจปล่อยสินค้าได้ทันทีหากสินค้านั้น ไม่ใช่สินค้าต้องห้าม หรือต้องกำกับตามกฎหมาย ซึ่งประกอบด้วยข้อตกลงว่าด้วยการดำเนินการเกี่ยวกับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ระหว่างประเทศที่นำเข้ามาและ/หรือส่งออกไปนอกราชอาณาจักรระหว่างบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับกรมศุลกากร มีการกำหนดให้ของแต่ละหีบห่อมีราคารวมค่าขนส่งและค่าประกันภัยไม่เกิน 1,500 บาท (de minimis value) ให้รับการยกเว้นอากรศุลกากร ซึ่งการยกเว้นอากรศุลกากรสำหรับสินค้าที่มีมูลค่าต่ำนั้น ในมุมมองของศุลกากรปริมาณสินค้า E-Commerce มีการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นและมีมูลค่าต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด ซึ่งอาจทำให้มีผลกระทบร้ายแรงต่อการ

จัดเก็บภาษี กล่าวคือ ผู้ขายพยายามหลีกเลี่ยงภาษีโดยแบ่งสินค้าออกเป็นพัสดุย่อยหลายกล่องเพื่อให้พัสดุที่ขนส่งแต่ละครั้งมีมูลค่าต่ำกว่า de minimis value นอกจากนี้ การตรวจสอบสินค้าที่ขนส่งทางไปรษณีย์ เป็นไปด้วยความยากลำบาก เพราะนอกจากปริมาณสินค้าจำนวนมากและแรงกดดันที่มีต่อศุลกากรให้ปล่อยสินค้าอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดแรงกดดันในการปฏิบัติงาน ประกอบกับการกำกับตรวจสอบและ

ควบคุมภารกิจในการจัดเก็บรายได้ให้เป็นไปตามเป้าหมายประมาณการที่กรมศุลกากรกำหนดไว้ของรัฐบาล และเพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจ/ภารกิจกระทรวงการคลัง ในประเด็นการบริหารการจัดเก็บรายได้ ภาครัฐและยุทธศาสตร์กระทรวงการคลังในประเด็นการสนับสนุนศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ(พ.ศ. 2561 – 2580) ในประเด็นการพัฒนา ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บรายได้ต้องมี ความรัดกุม โปร่งใส มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญคือการยกระดับสมรรถนะของหน่วยงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ทั้งด้านองค์ความรู้สำหรับภายในองค์กร และภายนอกองค์กร รวมถึงการหาฐานรายได้อื่น ๆ ที่เปลี่ยนไปตามบริบทใหม่ของการค้าระหว่างประเทศอีกทั้ง กรมศุลกากร ยังต้องเตรียมรับมือกับสถานการณ์ปัญหาความขัดแย้งทางการค้าหรือสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ – จีน ซึ่งประเทศอาจได้รับผลกระทบจากการทะลักของสินค้าที่ผลิตจากประเทศจีนและประเทศสหรัฐฯ เข้าสู่ประเทศไทยอย่างมหาศาล เนื่องจากการตั้งกำแพงภาษีเพิ่มขึ้นอย่างมากของสหรัฐฯ สำหรับสินค้าที่ผลิตจากประเทศจีน เข้าสู่ประเทศสหรัฐฯ จึงเป็นเหตุให้ประเทศจีนต้องกระจายสินค้าเข้าสู่ภูมิภาคอาเซียน รวมถึงประเทศไทยด้วย และในทางกลับกันการตั้งกำแพงภาษีเพิ่มขึ้นอย่างมากของจีน เพื่อตอบโต้สหรัฐฯ สำหรับสินค้าที่ผลิตจากประเทศสหรัฐฯ เข้าสู่ประเทศจีน จึงเป็นเหตุให้สหรัฐฯ ต้องกระจายสินค้าเข้าสู่นานาประเทศ ซึ่งก็รวมถึงประเทศไทยด้วยเช่นกัน ดังนั้นเพื่อให้การจัดเก็บรายได้ของรัฐบาลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ควรมีการเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ในการจัดเก็บรายได้ศุลกากร
2. เพื่อศึกษาช่องทางสำหรับการอุดรอยรั่วไหลของการจัดเก็บอากรศุลกากร
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเจริญเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)
4. เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากร รวมถึงการอบรมทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ และพิธีการศุลกากรที่เกี่ยวข้อง ในการเสริมสร้างพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสำหรับการควบคุมสินค้าของต้องห้าม ต้องกักตักทางศุลกากรให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงเพิ่มประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีโดยยึดหลักธรรมาภิบาลให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 1.1 การวิจัยนี้เน้นการศึกษาวิเคราะห์ กระบวนการและรูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)
 - 1.2 การวิจัยนี้เป็นการศึกษาแนวคิด/หลักการระดับยุทธศาสตร์ จะไม่ลงลึกในรายละเอียดการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของ (E-Commerce)
 - 1.3 การวิจัยจะเน้นเฉพาะหลักการหรือรูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อกำหนดแผนเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของ E-Commerce
2. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่กรมศุลกากร เจ้าหน้าที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และประชาชนผู้มาติดต่อราชการเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล
 - 1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยการศึกษาจากตำราและเอกสารต่าง ๆ
 - 1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เจ้าหน้าที่กรมศุลกากร เจ้าหน้าที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และประชาชนผู้มาติดต่อราชการเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 20 คน
2. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) และการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่าง ๆ
3. การนำเสนอข้อมูล นำเสนอข้อมูลแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์ นำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ จากการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบปัญหา อุปสรรค สามารถจัดเก็บรายได้ศุลกากร

2. ทำให้ทราบการร่วไหลสำหรับการจัดเก็บอากรศุลกากร

3. ได้แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรผู้เสียภาษีผู้ประกอบการ มีความรู้ความเข้าใจ และให้ความร่วมมือกับภาครัฐหน่วยงานจัดเก็บ อาจได้รับการสนับสนุนและจัดสรรเครื่องมือและเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานและอำนวยความสะดวกในการตรวจปล่อยสินค้า และบุคลากร มีความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ และพิธีการศุลกากรที่เกี่ยวข้อง สำหรับเสริมสร้างพัฒนาสมรรถนะในการควบคุมสินค้าของต้องห้าม ต้องกำกััดทางศุลกากรให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงเพิ่มประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีโดยยึดหลักธรรมาภิบาลให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

คำจำกัดความ

<p>การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic commerce : e-Commerce)</p>	<p>หมายถึง</p>	<p>การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในทุก ๆ ช่องทางที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถกระทำผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ การโอนเงินอิเล็กทรอนิกส์ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การโฆษณาในอินเทอร์เน็ต แม้กระทั่งซื้อขายออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการลดบทบาทของสำคัญขององค์ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเลที่ตั้ง อาคารประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นจึงลดข้อจำกัดของระยะทางและเวลา ในการทำธุรกรรมลงได้</p>
--	----------------	---

บทที่ 2

กฎหมาย ทฤษฎี และหลักการที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

กล่าวนำกฎหมายการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การพัฒนากรอบทางกฎหมายในระดับระหว่างประเทศ คณะกรรมาธิการกฎหมายการค้าระหว่างประเทศแห่งสหประชาชาติ (United Nations Commission on International Trade Law – UNCITRAL) ได้ให้ความเห็นชอบต่อ “Model Law on Electronic Commerce” (Data Message) (EDI) (Model Law)

1. กฎหมายเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transactions Law) (เดิมเรียกว่ากฎหมายแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์)
2. กฎหมายเกี่ยวกับลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signatures aw)
3. กฎหมายเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกัน (Universal Access Law)

4. กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Law)
5. กฎหมายเกี่ยวกับอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ (Computer Crime Law)
6. กฎหมายเกี่ยวกับการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Fund Transfer Law)

หากแต่ในปี พ.ศ. 2544 กฎหมายทั้ง 6 ฉบับดังกล่าว ได้ลงราชกิจจานุเบกษาเป็นพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 เพียงฉบับเดียว และในปี พ.ศ. 2551 ได้ออกพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 แก้ไขเพิ่มเติมมาตรา 8 มาตรา 9 มาตรา 10 มาตรา 11 มาตรา 12 มาตรา 36 มาตรา 42 และมาตรา 43 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ทั้งนี้ให้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551

การแบ่งหมวด และมาตราของพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

หมวดที่ 1 ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 7 – มาตรา 25)

บทหลัก รับรองผลทางกฎหมายของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 7) บทขยายความ กำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติม เมื่อธุรกรรมนั้น จัดทำเป็นหนังสือ ลายมือชื่อ ต้นฉบับ ใช้อ้างอิงเป็นพยานหลักฐาน และมีกฎหมายอื่นกำหนดให้เก็บรักษาเอกสาร (มาตรา 8 ถึงมาตรา 12) (สำหรับมาตรา 7 ถึงมาตรา 25 นั้น ห้ามตกลงเปลี่ยนแปลงหลักการของ

กฎหมายเป็นอย่างอื่น ส่วนมาตรา 13 ถึงมาตรา 24 กำหนดเกี่ยวกับบทสันนิษฐานเกี่ยวกับเจ้าของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ วิธีการส่ง – รับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ การตอบแจ้งการรับและสถานที่ส่ง-รับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งกฎหมายกำหนดสามารถตกลงเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์ที่กำหนดในมาตราเหล่านั้นแตกต่างไปจากที่กฎหมายกำหนดได้)

หมวดที่ 2 ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 26 – มาตรา 31)

กำหนดเกี่ยวกับลายมือชื่อที่เชื่อถือได้ ซึ่งเมื่อใช้งานจะสามารถยืนยันตัวบุคคลได้อย่างแน่นอนและสามารถตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับธุรกรรมที่ทำได้ด้วย (มาตรา 26) และได้มีการกำหนดหน้าที่ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เชื่อถือได้ไว้สามบุคคลด้วยกัน กล่าวคือ หน้าที่ของเจ้าของลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 27) หน้าที่ของผู้ให้บริการออกใบรับรองอิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 28 – มาตรา 29) และหน้าที่ของคู่กรณีที่เกี่ยวข้อง (มาตรา 30) ส่วนมาตรา 31 กำหนดเกี่ยวกับผลทางกฎหมายของลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์และใบรับรองอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ

หมวดที่ 3 ธุรกิจบริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 32 – มาตรา 34)

กำหนดว่า ธุรกิจบริการใดที่ประกอบการหรือให้บริการแล้ว หากส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางการเงินและการพาณิชย์ หรือเพื่อประโยชน์ในการเสริมสร้างความเชื่อถือและยอมรับในระบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ หรือเพื่อป้องกันความเสียหายต่อสาธารณชน ก็อาจมีการตราพระราชกฤษฎีกากำกับดูแลธุรกิจบริการดังกล่าว โดยอาจแยกระดับการกำกับดูแลเป็นสามระดับ กล่าวคือ แจ่งให้ทราบ ขึ้นทะเบียน และรับอนุญาต โดยผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา หากฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามก็ให้มีการลงโทษปรับทางปกครอง

หมวดที่ 4 ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (มาตรา 35)

กำหนดให้มีการตราพระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ เพื่อให้รัฐดำเนินการภายใต้แนวทาง มาตรฐาน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

หมวดที่ 5 คณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 36-มาตรา 43)

กำหนดให้มีคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นประธาน (โดยเปลี่ยนจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยพระราชกฤษฎีกาแก้ไขบทบัญญัติให้สอดคล้องกับการโอนอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 มาตรา 102) และให้ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และ

คอมพิวเตอร์แห่งชาติ (ผู้อำนวยการเนคเทค) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เป็นกรรมการและเลขานุการ และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านต่าง ๆ ที่ผ่านการสรรหาและได้ มีการเสนอชื่อให้คณะรัฐมนตรีแต่งตั้ง อีกจำนวน 12 คน รวมกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งสิ้น 14 คน เพื่อให้ทำหน้าที่เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อวางนโยบายการส่งเสริมและพัฒนา ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งติดตามดูแลการ ประกอบธุรกิจบริการต่าง ๆ ภายใต้เงื่อนไขมาตรา 32 และเสนอแนะการตราพระราชกฤษฎีกา ออก ระเบียบหรือประกาศใด ๆ เกี่ยวกับลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์และปฏิบัติการอื่นใด โดยมีเนคเทคทำ หน้าที่เป็นหน่วยงานธุรการของคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 43)

หมวดที่ 6 บทกำหนดโทษ (มาตรา 44 – มาตรา 46)

กรณีที่ไม่แจ้ง ไม่ขึ้นทะเบียน หรือรับอนุญาต รวมทั้งกำหนดความรับผิดชอบ ของนิติบุคคลผู้จัดการ หรือผู้แทนนิติบุคคลนั้น ๆ

การประกอบธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์

การประกอบธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ตามพระราชบัญญัตินี้ แบ่งได้ 3 ประเภท คือ

1. การประกอบธุรกิจประเภทที่ต้องแจ้งต่อพนักงานเจ้าหน้าที่
2. การประกอบธุรกิจประเภทที่ต้องขึ้นทะเบียน
3. การประกอบธุรกิจประเภทที่ต้องได้รับใบอนุญาต

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

นิยามของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) หมายความว่า การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ที่แท้จริงแล้วหมายถึง การค้าทุกประเภทที่กระทำผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นการค้าเงินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้า หรือการบริการ โดยมี รูปแบบการชำระค่าสินค้า หรือบริการ การส่งสินค้าตามที่ตกลงกันไว้ ซึ่งกระทำผ่านคอมพิวเตอร์และ ระบบสื่อสารโทรคมนาคม ในขณะที่หลาย ๆ คนนึกถึงเพียงแค่การค้าบนเว็บเพียงอย่างเดียว แต่จริง ๆ แล้วการค้าขายโดยผ่านทางเครื่องโทรสาร โดยเราส่งโทรสารเอกสารขายตรงออกไป และลูกค้าก็ส่ง โทรสารใบสั่งซื้อเข้ามา หรือแม้แต่การขายตรงทางโทรทัศน์อย่าง TV Media ที่ให้ผู้ซื้อโทรศัพท์เข้าไป สั่งซื้อนั้น ก็ถือเป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)

การค้าขายผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตจะเปลี่ยนวิถีทางการดำรงชีวิตของทุกคน

อินเทอร์เน็ตจะเปลี่ยนวิธีการศึกษาหาความรู้

อินเทอร์เน็ตจะเปลี่ยนวิธีการทำมาค้าขาย

อินเทอร์เน็ตจะเปลี่ยนวิธีการหาความสุขสนุกสนาน

อินเทอร์เน็ตจะเปลี่ยนทุกสิ่งทุกอย่าง

และทุกสิ่งทุกอย่างจะรวมกันเข้ามาหาอินเทอร์เน็ต กล่าวกันว่าในปัจจุบันนี้ถ้าบริษัทห้างร้านใดไม่มีหน้าโฮมเพจในอินเทอร์เน็ตบริษัทห้างร้านนั้นก็ไม่มีตัวตน นั่นคือไม่มีใครรู้จัก เมื่อไม่มีใครรู้จักก็ไม่มีใครทำมาค้าขายด้วย แล้วถ้าไม่มีใครทำมาค้าขายด้วยก็อยู่ไม่ได้ต้องล้มหายตายจากไป ว่ากันว่า อินเทอร์เน็ตคือแหล่งข้อมูลข่าวสาร และข้อมูลข่าวสารอย่างหนึ่งก็คือ ข้อมูลเกี่ยวกับราคาสินค้า ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ และข้อมูลเกี่ยวกับผู้ขายผู้ผลิต ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคมีทางเลือกในการที่จะซื้อสินค้ากันมากขึ้น เช่นการเข้าไปเลือกซื้อจากในเว็บไซต์ มีการเข้าไปเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนที่จะซื้อ หากจะกล่าวว่า “ข่าวสาร” คืออำนาจในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคก็ได้รับการติดต่อารุอย่างใหม่ที่มีอำนาจมากพอที่จะต่อรองกับผู้ผลิต และผู้จำหน่ายสินค้าได้ผลดีที่สุดเท่าที่เคยมีมาและพฤติกรรมของผู้บริโภคทั่วโลกก็เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง ในการทำ E-commerce นั้นไม่ใช่เพียงแค่เป็นเว็บเพจหรือช่องทางการจำหน่ายสินค้า แต่ E-commerce ยังมีความหมายรวมไปถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการทางธุรกิจเพื่อลดค่าใช้จ่ายลดเวลาที่ต้องสูญเสียไปโดยเปล่าประโยชน์และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของกับผู้บริโภค และผู้ค้าส่ง

ความหมายธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) มีการให้คำนิยามความหมายไว้หลากหลาย อาทิเช่น

1. ขบวนการที่ใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทำธุรกิจที่จะบรรลุเป้าหมายขององค์กร E-commerce ใช้เทคโนโลยีประเภทต่าง ๆ และครอบคลุมรูปแบบทางการเงินทั้งหลาย เช่น ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การค้าอิเล็กทรอนิกส์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) แคตตาล็อกอิเล็กทรอนิกส์ (E-Catalog) การประชุมทางไกล (Teleconference) และรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลระหว่างองค์กร (คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งเอเชียและแปซิฟิก (Economic and Social Commission for Asia and the Pacific : ESCAP,1998))

2. การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเทศไทย (ECRC Thailand,1999))

3. การทำธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งขึ้นอยู่กับการประมวลและการส่งข้อมูลที่มีข้อความเสี่ยง และภาพ ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การขนส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิทัลในระบบออนไลน์การเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ การจำหน่ายหุ้นทางอิเล็กทรอนิกส์ การประมวล การออกแบบทางวิศวกรรมร่วมกัน การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ การขายตรง การให้บริการหลังการขาย ทั้งนี้ใช้กับสินค้า (เช่น สินค้าบริโภค อุปกรณ์ทางการแพทย์) และการบริการ (เช่น บริการขายข้อมูล บริการด้านการเงิน บริการด้านกฎหมาย) รวมทั้งกิจการทั่วไป (เช่น สาธารณสุข การศึกษา) (สหภาพยุโรป (European union, 1997))

4. ธุรกิจทุกรูปแบบ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ทั้งในระดับองค์กรและส่วนบุคคล บนพื้นฐานของการประมวล และการส่งข้อมูลดิจิทัล ที่มีทั้งข้อความเสี่ยงและภาพ (องค์การความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Cooperation and Development : OECD, 1997))

5. การผลิต การกระจาย การตลาด การขาย หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์ และบริการโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สรุป E-Commerce คือการดำเนินกิจกรรมด้านธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ทั้งในระดับองค์กร และส่วนบุคคลโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นตัวกลางในการติดต่อซื้อขาย (องค์การการค้าโลก (World Trade Organization :WTO, 1998))

ประวัติวิวัฒนาการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การค้าอิเล็กทรอนิกส์นั้นเริ่มขึ้นบนโลกครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2513 ซึ่งได้มีการเริ่มใช้ระบบโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเอฟที (EFT = Electronic Fund Transfer) แต่ในขณะนั้นมีเพียงบริษัทขนาดใหญ่และสถาบันการเงินเท่านั้นที่ใช้งานระบบโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ต่อมาอีกไม่นานก็เกิดระบบการส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) ซึ่งสามารถช่วยขยายการส่งข้อมูลจากเดิมที่เป็นข้อมูลทางการเงินอย่างเดียวเป็นการส่งข้อมูลแบบอื่นเพิ่มขึ้น เช่น การส่งข้อมูลระหว่างสถาบันการเงินกับผู้ผลิต หรือผู้ค้าส่งกับผู้ค้าปลีก เป็นต้น หลังจากนั้นก็มีระบบสื่อสารรวมถึงโปรแกรมอื่น ๆ เกิดขึ้นมากมายตั้งแต่ระบบที่ใช้ในการซื้อขายหุ้นจนไปถึงระบบที่ช่วยในการสำรองที่พัก ซึ่งเรียกได้ว่าโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคของการสื่อสารและเมื่อยุคของอินเทอร์เน็ตมาถึงเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2533 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วการค้าอิเล็กทรอนิกส์ก็ได้เกิดขึ้นเหตุผลที่ทำให้ระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์เติบโตอย่างรวดเร็วคือโปรแกรมสนับสนุนการค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมามากมาย รวมถึงระบบเครือข่ายด้วย พอมาถึงประมาณปี พ.ศ. 2537 – 2542 ก็ถือได้วาระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์หรือ E-Commerce ก็เป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมอย่างมากและรวดเร็ว ซึ่งวัดได้จากการที่มีบริษัทต่าง ๆ ในอเมริกาได้ให้ความสำคัญและเข้าร่วมในระบบ E-Commerce อย่างมากมาย

รูปแบบของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งออกไปเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business : B2B)

หมายถึง ธุรกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ผู้ประกอบการด้วยกัน โดยอาจเป็นผู้ประกอบการในระดับเดียวกัน หรือต่างระดับกันก็ได้ อาทิ ผู้ผลิตกับผู้ผลิต ผู้ผลิตกับผู้ส่งออก ผู้ผลิตกับผู้นำเข้า ผู้ผลิตกับผู้ค้าส่งและค้าปลีก เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทนี้มีความสำคัญมากที่สุด การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจและธุรกิจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภายในบริษัทเดียวกัน (Intra-Company EC) การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภายในบริษัทหนึ่ง ๆ มักเกิดขึ้นระหว่างฝ่ายต่าง ๆ เช่น ระหว่างฝ่ายวิจัยและพัฒนา ฝ่ายออกแบบ ฝ่ายผลิต ฝ่ายจัดจำหน่าย เป็นต้น

1.2 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างบริษัท (Inter-Company EC) มี 2 ประเภท

1.2.1 บริษัทคู่ค้าที่เฉพาะเจาะจง (Specified) บริษัทที่เกี่ยวข้องมักเป็นบริษัทที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกันมานาน เช่น บริษัทในเครือเดียวกัน หรือบริษัทที่จัดส่งสินค้าหรือวัตถุดิบให้แก่กัน เป็นต้น กิจกรรมที่บริษัทเหล่านี้ทำร่วมกันผ่านทางเครือข่ายได้แก่ การวิจัยและการพัฒนา การออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดการการผลิต การส่งสินค้า และการหักบัญชี เป็นต้น

1.2.2 บริษัทคู่ค้าที่ไม่เฉพาะเจาะจง (Unspecified) บริษัทที่เกี่ยวข้องจะดำเนินการผ่านเครือข่ายสาธารณะ (Public Network) เช่น ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบที่เรียกว่า “เอ็กส์ทราเน็ต” (Extranet) ซึ่งบริษัทใด ๆ ก็สามารถเข้าร่วมได้ กิจกรรมที่อาจครอบคลุมได้แก่ การโฆษณา การจัดซื้อและการขาย การหักบัญชี ในการติดต่อกันนี้ แต่ละบริษัทสามารถติดต่อระหว่างกันได้หมดโดยไม่ต้องผ่านบริษัทใดบริษัทหนึ่ง กล่าวคือ ไม่มีบริษัทไหนเป็นแกนกลางของการติดต่อนั้นเอง

2. ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer : B2C)

หมายถึงธุรกิจที่มุ่งเน้นการบริการกับลูกค้าหรือผู้บริโภคซึ่งรูปแบบที่สำคัญที่สุดของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจและผู้บริโภค คือ การค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic retailing) เราสามารถแบ่งระดับของกิจกรรมการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ออกเป็น 5 ระดับดังต่อไปนี้คือ

2.1 การโฆษณาและแสดงสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Showcase) หมายถึงการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของบริษัทเท่านั้น โดยยังไม่มี การรับสั่งสินค้าทางเครือข่าย

2.2 การสั่งซื้อสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Ordering) หมายถึงการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการสั่งซื้อสินค้าแต่ยังคงชำระเงินด้วยวิธีการเดิม เช่น การชำระด้วยเช็ค หรือ บัตรเครดิตผ่านช่องทางปกติ

2.3 การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Payment) หมายถึงการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตสั่งซื้อสินค้า และการชำระเงินโดยในปัจจุบันการชำระเงินผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มักชำระด้วยการบอกหมายเลขบัตรเครดิต และการชำระเงินโดยใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money)

2.4 การจัดส่งและบริการหลังการขายด้วยอินเทอร์เน็ต (Electronic Delivery and Service) หมายถึงการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการค้าปลีกอย่างครอบคลุม ตั้งแต่การโฆษณา การรับส่งสินค้า การชำระเงิน ตลอดจนการให้บริการหลังการขาย ในกรณีที่สินค้าเป็น “สินค้าสารสนเทศ” (Information Goods) เช่น ข่าวสาร ซอฟต์แวร์ ภาพยนตร์ หรือเพลงการจัดส่ง (Delivery) สินค้าเหล่านี้ ยังสามารถทำผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อีกด้วย

2.5 การทำธุรกรรมและการแลกเปลี่ยนทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transaction) เช่นการแลกเปลี่ยนเงินตรา การซื้อขายสินค้าทางการเงิน เช่น หลักทรัพย์ การซื้อขายสินค้าทั่วไป (Commodity) เช่น น้ำมัน หรือทองคำ เป็นต้น

3. ธุรกิจกับรัฐบาล (Business to Government : B2G)

หมายถึงธุรกิจการบริหารการค้าของประเทศ เพื่อเน้นการบริหารจัดการที่ดีของรัฐบาลการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจกับรัฐจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อภาครัฐปรับปรุงระบบสารสนเทศในการดำเนินงานของตน และนำเอาระบบดังกล่าวมาใช้ในการบริการธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของรัฐ (Government Procurement) หรือการเปิดประมูลทางเครือข่ายตลอดจนการให้บริการทางการค้าต่าง ๆ เช่น การจดทะเบียนการค้า การรายงานผลการประกอบการประจำปี หรือการสืบค้นเครื่องหมายการค้า หรือสิทธิบัตรผ่านทางเครือข่าย เป็นต้น

4. ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to Consumer : C2C)

หมายถึงธุรกิจระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค ซึ่งเป็นการค้ารายย่อย อาทิ การขายของเก่าให้กับบุคคลอื่น ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

องค์ประกอบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ต้องมีองค์ประกอบดังนี้

1. ร้านค้า (Merchant) คือ ร้านค้าที่ต้องการขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบ Internet โดยเปิด Home Page ของตนเอง เพื่อขายสินค้าและหรือบริการผ่านระบบของธนาคาร โดยร้านค้าจะต้องเปิดบัญชีและสมัครเป็นร้านค้าสมาชิก E-Commerce กับธนาคาร

1.1 สินค้า (Product) คือ สิ่งที่เราจะขายผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต มีหลายแบบ คือ สินค้าที่จับต้องได้ สินค้าที่เป็น Content สินค้าที่เป็นลักษณะการบริการ

1.2 เว็บไซต์ (Website) คือ พื้นที่ที่จะจัดแสดงสินค้า หรือหน้าร้านนั่นเอง ในส่วนของการทำ E-Commerce หน้าร้านหรือเว็บไซต์มีความสำคัญมาก เพราะเป็นองค์ประกอบที่จะทำให้เกิดความน่าสนใจในตัวสินค้า/บริการ

1.3 ระบบตะกร้ารับคำสั่งซื้อ (Shopping Cart System) คือ ระบบที่สามารถคลิกเพื่อสั่งซื้อสินค้าผ่านทางหน้าเว็บไซต์ได้ ซึ่งจะมีช่องให้กรอกจำนวนสินค้าที่สามารถสั่งซื้อได้เหมือนรถเข็น และสะสมไว้จนกว่าจะพอใจแล้วจึงจะชำระค่าสินค้าผ่านแคชเชียร์อัตโนมัติ

2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Promote/Advertising) คือ การทำให้ร้านค้าเป็นที่รู้จักของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ยอมรับสินค้าและตัดสินใจซื้อสินค้า

2.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการกระทำการใด ๆ อันเป็นการชักจูงใจต่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาศัยสื่อมวลชน (Mass media) ในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายและมีได้เป็นไปในรูปส่วนตัว

2.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการติดต่อสื่อสารจากองค์กรไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและปราชญ์ติจากสาธารณชนที่มีต่อองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

3. ลูกค้า (Customer) คือ ผู้สั่งซื้อสินค้า และจ่ายเงินค่าสินค้าหรือบริการของเรา

ผู้บริโภค (Customer) คือ ผู้ใช้สินค้าหรือบริการ แต่อาจจะไม่ได้จ่ายเงินซื้อสินค้าหรือบริการ ตัวอย่างเช่น หญิงช้อยาสระผมให้น้องสาว ฉะนั้น ลูกค้า คือ หญิง ผู้บริโภค คือ น้องสาว

4. การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Payment)

Internet Payment เป็นการชำระเงินค่าสินค้าและบริการหรือโอนเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้บริการสามารถเลือกชำระค่าสินค้าและบริการได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

4.1 การตัดบัญชีเงินฝากผ่านบริการ Internet Banking ของธนาคาร (ลักษณะเดียวกับการโอนเงิน) ซึ่งมีการเชื่อมโยงไว้กับเว็บไซต์ของร้านค้า

เข้าสู่ระบบ โดยการใส่ชื่อและรหัสผ่าน เลือกบริการชำระเงิน บัญชีเงินฝากที่จะใช้โอนเงิน และระบุข้อมูลบัญชีผู้รับเงิน และจำนวนเงินที่ชำระ แล้วรอระบบยืนยันการทำรายการสำเร็จหลังจากนั้นจะได้รับการยืนยันทางอิเล็กทรอนิกส์

4.2 การชำระผ่านเว็บไซต์ของร้านค้าออนไลน์ ด้วยบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต

กรอกหมายเลขบัตรเครดิต/บัตรเดบิต ชื่อผู้รับบัตร วันหมดอายุของบัตร และหมายเลข CVV (Card Verification Value) ซึ่งเป็นรหัส 3 ตัวด้านหลังบัตรเพื่อยืนยันว่าผู้ทำรายการเป็นเจ้าของบัตรจริงแล้วระบบจะแจ้งผลการอนุมัติ หลังจากนั้นจะได้รับการยืนยันทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางหน้าจอ รวมถึงทาง SMS ด้วย

4.3 การชำระผ่านเว็บไซต์ของร้านค้าออนไลน์ ด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ซึ่งได้เปิดบัญชีไว้กับผู้ให้บริการ e-Money ผ่านเว็บไซต์ และเติมเงินเข้าบัญชีให้เพียงพอ

เข้าสู่เว็บไซต์ของผู้ให้บริการ e-Money เลือกรายการส่งเงินให้ร้านค้า และใส่ข้อมูลอีเมล ร้านค้าผู้รับเงิน จำนวนเงิน ประเภทการชำระเงิน สกุลเงินที่ใช้ชำระ แล้วรอระบบยืนยันการทำรายการสำเร็จ หลังจากนั้น ผู้ซื้อ/ร้านค้าผู้รับเงินจะได้รับอีเมลหรือ SMS เพื่อบอกการรับเงิน โดยเงินจะถูกโอนเข้าบัญชี e-Money ของร้านค้า

ในกรณีเว็บไซต์ของร้านค้ามีบริการชำระเงิน เมื่อผู้ซื้อจะชำระเงินคำสั่งสินค้า จะต้องตรวจสอบข้อมูลที่ปรากฏ เช่น ชื่อร้านค้าผู้รับเงิน ชื่อสินค้า จำนวนเงิน ค่าธรรมเนียม ก่อนจะยืนยันการทำรายการด้วยการเลือกช่องทางการชำระเงิน และกรอกข้อมูลอีเมล ร้านค้าผู้รับเงิน และรหัสผ่านของผู้ซื้อที่ผูกไว้กับระบบของผู้ให้บริการ e-Money

5. การขนส่ง (Logistic) ระบบการจัดการการส่งสินค้า ข้อมูล และทรัพยากรอย่างอื่นต่าง ๆ ทุกอย่างที่มีการขนส่ง หรือเคลื่อนย้ายจากจุดต้นทางไปยังจุดบริโภคตามความต้องการของลูกค้า Logistic เป็นการผสมผสานของข้อมูลการขนส่ง การบริหารวัสดุคงคลัง การจัดการวัตถุดิบ การบรรจุหีบห่อ Logistic เป็นช่องทางหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานที่เพิ่มมูลค่าของการใช้ประโยชน์ของเวลาและสถานที่เพื่อให้ลดค่าใช้จ่าย ลดระยะเวลาในการขนส่ง ลดปัญหาต่าง ๆ ทุกอย่างที่จะเกิดขึ้นโดยใช้ต้นทุนน้อยที่สุด

6. ผู้ดูแล คือ บุคคลสำคัญที่จะช่วยบริหารจัดการร้านค้าให้ประสบความสำเร็จ เพราะทำหน้าที่ดูแลจัดการอ็อปเทสสินค้า เนื้อหาในร้าน ดูแลการจัดส่งสินค้า การตอบ E-mail ลูกค้าด้วยหากเป็นกิจการเล็ก ๆ ในส่วนนี้ อาจจะเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการเอง

7. หน่วยประมวลผลการชำระค่าสินค้า (Transaction Processing Service Provider) คือ หน่วยงานที่ทำหน้าที่ทำการประมวลผลการชำระค่าสินค้า หรือบริการ ผ่าน Internet ให้กับร้านค้า หรือ ISP ต่าง ๆ ผ่าน Gateway โดยสามารถต่อเชื่อมระบบให้กับทุก ๆ ร้านค้าหรือทุก ๆ ISP และทำการชำระเงินผ่าน Gateway ของธนาคาร

7.1 องค์กรผู้ให้บริการเชื่อมต่อระบบสื่อสาร (Internet Service Provider) คือ หน่วยงานที่ให้บริการเชื่อมต่อระบบการสื่อสารทาง Internet ให้กับลูกค้า โดยรับและจดทะเบียน Domain Name หรือจะจัดตั้ง Virtual Mall เพื่อให้ร้านค้า นำ Home Page มาฝากเพื่อขายสินค้า ตัวอย่างเช่น บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด

(มหาชน) บริษัท แอปซิฟิค อินเทอร์เน็ต (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท จัสมิน อินเทอร์เน็ต จำกัด บริษัท สามารถอินเทอร์เน็ต จำกัด บริษัท เอเน็ต จำกัด บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด เป็นต้น

7.2 โดเมนเนม (Domain Name) คือ การจดทะเบียนชื่อร้านค้าผ่านทางระบบ Internet เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำดังนั้น โดเมนเนมจึงไม่สามารถซ้ำกันได้ในระบบอินเทอร์เน็ต ตัวอย่างเช่น www.ebay.com www.thaislect.com เป็นต้น

7.3 ธนาคาร (Bank) คือ ธนาคารที่ให้บริการรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Payment)

7.4 บัตรเครดิต (Credit Card) คือบัตรที่ผู้ใช้บัตรได้รับอนุมัติวงเงินจากธนาคาร เจ้าของบัตรให้สามารถใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าจากร้านค้าต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิกกับธนาคาร ตัวอย่างเช่น VISA MasterCard JCB และ AMEX เป็นต้น เพื่อเป็นช่องทางในการรับชำระเงินจากการซื้อขายผ่าน E-Commerce โดยธนาคารผู้ออกบัตรเครดิตจะออกเงินล่วงหน้าแก่ผู้ซื้อ ดังนั้นถ้าผู้ซื้อไม่ได้รับสินค้า สามารถปฏิเสธการจ่ายเงินได้เมื่อถึงรอบบัญชีเรียกเก็บ และร้านค้าสามารถโต้แย้งข้อพิพาทต่อรายการค้าที่มีปัญหาได้ 6 เดือน และสามารถติดตามตรวจสอบรายการซื้อขายว่าเกิดขึ้นจริงหรือไม่

การแบ่งสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)

E-Commerce แบ่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. สินค้าที่มีลักษณะเป็นข้อมูลดิจิทัล (Digital Products) เช่น ซอฟต์แวร์ เพลง วิดีโอ หนังสือดิจิทัล เป็นต้น ซึ่งสามารถส่งสินค้าได้โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
2. สินค้าที่ไม่ใช่ข้อมูลดิจิทัล (Non-Digital Products) เช่น สินค้าหัตถกรรม สินค้าศิลปะ เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง เครื่องประดับ เครื่องจักรอุปกรณ์ เป็นต้น ซึ่งต้องส่งสินค้าทางพัสดุภัณฑ์ ผ่านไปรษณีย์หรือบริษัทรับส่งพัสดุภัณฑ์

ขั้นตอนการทำงาน

1. ผู้ขายทำการสร้าง Website และทำการเช่าพื้นที่จากผู้ให้บริการพื้นที่เว็บ (Web hosting)
2. ทำการจดทะเบียน Domain Name หรือชื่อร้านค้าผ่าน ISP เพื่อให้ทุกคนทั่วโลกมองเห็นชื่อร้านค้า
3. ขายสินค้าหรือบริการผ่านทาง Internet
4. ลูกค้า (Customer) เชื่อมต่อ Internet โดยผ่าน ISP
5. ลูกค้า เลือกรายการสินค้า ของผู้จำหน่าย (Catalog)

6. ลูกค้า ส่งคำสั่งซื้อ ให้ผู้จำหน่าย (Order)
7. ลูกค้าซื้อสินค้าโดยใช้บริการสำหรับการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Payment)
8. ผู้ให้บริการเชื่อมโยงการชำระเงินระหว่างข้อมูลบัตรเครดิตผู้ซื้อจากธนาคาร (Bank) ผ่านหน่วยประมวลผลการชำระค่าสินค้า
9. ธนาคารตรวจสอบวงเงิน และตัดวงเงินของผู้ซื้อเข้าสู่บัญชีเงินฝากของร้านค้า

โครงสร้างของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce System)

1. หน้าร้าน (Storefront) คือส่วนแสดงข้อมูลรายการสินค้าทั้งหมดของร้าน รวมทั้งระบบค้นหาข้อมูลรายการสินค้าของร้านค้า ส่วนนี้เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นความประทับใจครั้งแรกของลูกค้า
2. ระบบตะกร้ารับคำสั่งซื้อ (Shopping Cart System) เป็นระบบที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าของร้านค้า เมื่อลูกค้าต้องการต้องการสินค้าจะทำการคลิกไปบนสินค้าที่ต้องการสินค้าจะนำมารวมกันในตะกร้าหรือรถเข็นสินค้าเพื่อทำการสั่งซื้อ
3. ระบบการชำระเงิน (Payment System) มีวิธีการชำระเงินได้หลายรูปแบบ ปัจจุบันส่วนใหญ่นิยมชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Payment) ซึ่งการชำระเงินควรมีหลายทางเลือกสำหรับลูกค้า และสิ่งที่สำคัญคือความปลอดภัย และรักษาความลับของลูกค้า
4. ระบบสมาชิก (Member System) ข้อมูลสมาชิกใช้ในการจัดส่งสินค้าตามที่อยู่แจ้งสินค้าใหม่หรือโปรโมชั่นพิเศษ ข้อมูลสมาชิกจัดเป็นข้อมูลส่วนตัว (Private date)
5. ระบบขนส่ง (Transportation) เป็นระบบใช้จัดส่งสินค้าให้ถึงลูกค้า โดยต้องมีตัวเลือกหลายทางให้ลูกค้า ที่สำคัญลูกค้าควรจะสามารถติดตามสินค้าที่ได้ทำการชำระเงินแล้วได้ เช่น ระบบไปรษณีย์ EMS หมายเลขของพัสดุที่มีการลงทะเบียนเป็นต้น
6. ระบบติดตามคำสั่งซื้อ (Order Tracking System) เป็นระบบติดตามคำสั่งซื้อของลูกค้า เมื่อเสร็จสิ้นการสั่งซื้อแต่ละครั้ง

สิ่งจำเป็นสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)

ในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีส่วนประกอบหลายส่วนที่ทำให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้ซึ่งสิ่งที่จำเป็นที่ทำให้ระบบสามารถดำเนินการได้ คือ

1. แหล่งที่มาของข้อมูล จะต้องทำการศึกษาและค้นคว้าหาข้อมูลที่นำมาดำเนินการธุรกิจ โดยทำการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด ๆ ก็ตาม เช่น เอกสารที่เป็นกระดาษ เอกสารที่เป็นไฟล์อิเล็กทรอนิกส์

2. ประสิทธิภาพในการค้นหาข้อมูล ข้อมูลที่ได้รับมาใหม่ซึ่งได้มาจากผู้ให้ข้อมูลต่าง ๆ เช่น บุคคลทั่วไป กลุ่มธุรกิจเล็ก ๆ หรือองค์กรขนาดใหญ่ควรมีหลักการและวิธีการในการจัดเก็บข้อมูลเหล่านี้ระบบจัดเก็บข้อมูลของการค้าอิเล็กทรอนิกส์ควรมีความสามารถในการที่จะเก็บข้อมูลได้มาก และหลายรูปแบบ ในขณะที่เดียวกันก็ควรที่จะมีความสามารถในการที่จะเก็บข้อมูลได้มาก และหลายรูปแบบ ในขณะที่เดียวกันก็ควรที่จะมีความสามารถในการค้นหาข้อมูลที่จัดเก็บมาใช้งาน

3. การจัดเตรียมข้อมูลของร้านค้า ในการดำเนินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะต้องมีการจัดเตรียมข้อมูลทั้งหมดให้เป็นอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด ซึ่งข้อมูลที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์อยู่แล้วก็ต้องทำการปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบที่นำไปใช้ประโยชน์ได้เสียก่อน

4. การเตรียมข้อมูลของสินค้า จะต้องรวบรวมข้อมูลของสินค้าไม่ว่าจะเป็นรูปภาพที่ต้องมีขนาดเหมาะสม เตรียมชื่อ หมวดหมู่คำบรรยายรวมถึงขั้นตอนและวัสดุที่นำมาผลิตและราคาสินค้า

5. การแบ่งหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อความสะดวกและความสามารถในการค้นหาข้อมูลแบบออนไลน์เป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งในการที่จะทำให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ ได้เช่น ข้อมูลของสินค้าและบริการข้อมูลของผู้จัดหา หรือข้อมูลของลูกค้าแต่ละราย บริการในการค้นหาข้อมูลเหล่านี้ในการค้าอิเล็กทรอนิกส์ คือ บัญชีสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Catalog) ที่กรองข้อมูล (Information Filter) เครื่องค้นหา (Search Engine) และ Software Agent

6. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์การค้าอิเล็กทรอนิกส์ต้องการวิธีการในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ดังนั้นการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์จึงเกิดการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ เงินตราดิจิทัล (Digital Currency) การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และอิเล็กทรอนิกส์เช็ค

7. ระบบรักษาความปลอดภัย จะต้องสามารถป้องกันการโจรกรรมคุกคามและการฉ้อโกงจากกลุ่มต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายใน ดังนั้นระบบจะต้องถูกออกแบบเป็นพิเศษเพื่อให้บริการด้านความปลอดภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบสิ่งแวดล้อมของการค้าอิเล็กทรอนิกส์ปัจจุบัน

มีกลุ่มบุคคลมากมายที่สามารถจะเข้าสู่ระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ผู้ใช้อาจใช้เครื่องมือในการสื่อสารชนิดต่าง ๆ กันในการเข้าสู่ระบบและค้นหาข้อมูล ตัวอย่างเช่น ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา Palm Computer โทรศัพท์ประจำบ้าน เครื่อง PCT จานรับสัญญาณ ดาวเทียม ไมโครเวฟหรือแม้กระทั่งการใช้โทรศัพท์มือถือในระบบต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้นเมื่อระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์เกิดการเจริญเติบโตมากขึ้น จึงเป็นเรื่องจำเป็นที่เครื่องมือในการรองรับการเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบต้องมีการพัฒนาควบคู่ไปด้วย ปัญหาด้านความเป็นหนึ่งเดียวกัน หรือความสามารถร่วมมือกันของระบบต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นไปได้ยากในทางปฏิบัติ

ความสำคัญของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)

1. ลดค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร รวมทั้งค่าเช่าพื้นที่ขายหรือการลงทุนในการสร้างร้าน ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนของธุรกิจต่ำลง
2. ประหยัดเวลาและขั้นตอนทางการตลาด
3. เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงและให้บริการได้ทั่วโลก
4. มีช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
5. สามารถทำกำไรได้มากกว่าระบบการขายแบบเดิม เนื่องจากต้นทุนการผลิตและการจำหน่ายต่ำกว่าทำให้ได้กำไรจากการขายต่อหน่วยเพิ่มขึ้น

ความปลอดภัยกับ E-Commerce

ระบบความปลอดภัยนับเป็นเรื่องที่โดดเด่นที่สุด และมีเทคโนโลยีความปลอดภัย คือ Public Key ซึ่งมีองค์การรับรองความถูกต้องเรียกว่า CA (Certification Authority) ระบบนี้ใช้หลักคณิตศาสตร์คำนวณรหัสคีย์ข้อความจากผู้ส่งและผู้รับอย่างเฉพาะเจาะจงได้จึงสามารถพิสูจน์ตัวตนของผู้รับผู้ส่ง รักษาความปลอดภัยของข้อมูล ความถูกต้องไม่คลาดเคลื่อนของข้อมูล และผู้ส่งปฏิเสธความเป็นเจ้าของข้อมูลไม่ได้ เรียกว่าลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการมีกฎหมายรองรับการทำธุรกรรมบนเครือข่าย ประเทศในยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาได้ออกกฎหมายรองรับการใช้ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์และกฎหมายรองรับการทำธุรกิจดังกล่าว รวมถึงประเทศไทยได้ออกกฎหมายรับรองการใช้ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์และรองรับการทำธุรกิจดังกล่าว ได้แก่ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 และ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551

การชำระเงินบน E-Commerce

1. บริการ Internet Banking และ/หรือธุรกิจประเภท Payment Gateway จะเป็น Hyperlink ระหว่าง Website ของร้านค้ากับระบบของธนาคาร และธนาคารสามารถดำเนินการตามข้อมูลที่ได้รับเพื่อตัดโอนเงินในบัญชีของลูกค้า หรือส่งเป็นคำสั่งโอนเข้าระบบการชำระเงินระหว่างธนาคารที่มีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน
2. สำหรับการชำระเงินที่เป็น Micro Payment การใช้เงินดิจิทัลซึ่งบันทึกบนบัตรสมาร์ทการ์ด หรือเครื่องคอมพิวเตอร์สามารถสร้างเสริมระบบความปลอดภัยให้มั่นใจได้เหนือกว่าระบบบัตรเดบิตและบัตรเครดิตทั่วไป

ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580) ที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ (1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (2) “ปรับปรุงจูน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่างๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (3) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคมนรุ่นใหม่รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปรุงจูน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางและลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ โดยคนไทยมีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่ดีรอบด้านและมีสุขภาวะที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มั่นยั้ง อดออม โอบอ้อมอารี มีวินัย รักษาศีลธรรมและเป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 มีทักษะสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาที่สาม และอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น มีนิสัยรักการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต สู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนวัตกรรม นวัตกรรม นักคิด ผู้ประกอบการ เกษตรกรยุคใหม่และอื่น ๆ โดยมีสัมมาชีพตามความถนัดของตนเอง

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนภาครัฐที่ยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ แยกแยะบทบาทหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ในการกำกับหรือในการให้บริการในระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันมีสมรรถนะสูง ยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวมมีความทันสมัย

และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่าและปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากล รวมทั้งมีลักษณะเปิดกว้าง เชื่อมโยงถึงกันและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส โดยทุกภาคส่วนในสังคมต้องร่วมกันปลูกฝังค่านิยมความซื่อสัตย์สุจริต ความมัธยัสถ์ และสร้างจิตสำนึกในการปฏิเสธไม่ยอมรับการทุจริตประพฤติมิชอบอย่างสิ้นเชิง นอกจากนี้ กฎหมายต้องมีความชัดเจน มีเพียงเท่าที่จำเป็น มีความทันสมัย มีความเป็นสากล มีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำ และเอื้อต่อการพัฒนา โดยกระบวนการยุติธรรมมีการบริหารที่มีประสิทธิภาพ เป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติ และการอำนวยความสะดวกยุติธรรมตามหลักนิติธรรม

เอกสาร บทความ เกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของต่างประเทศ

1. กฎระเบียบศุลกากรเกี่ยวกับ E-Commerce ในประเทศฟินแลนด์

ประเทศฟินแลนด์สมาชิกสหภาพยุโรป และได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ EU fiscal territory หรือกลุ่มประเทศสมาชิกอียูที่มีการใช้มาตรการทางภาษีบางประการร่วมกัน ทั้งนี้ ประเทศฟินแลนด์ มีกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการนำเข้าสินค้า E-Commerce ซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น 3 กรณีหลัก ได้แก่

1.1 การนำเข้าจากประเทศสมาชิก EU Fiscal Territory

บุคคลธรรมดาในฟินแลนด์ที่สั่งซื้อสินค้า E-Commerce ที่มีถิ่นกำเนิดหรือได้ผ่านพิธีการศุลกากรจากประเทศสมาชิก EU Fiscal Territory สามารถรับสินค้าได้โดยไม่ต้องผ่านพิธีการปล่อยสินค้าจากศุลกากรฟินแลนด์อีก นอกจากนี้ สินค้าได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีศุลกากร ทั้งนี้ ในกรณีทั่วไป ผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบชำระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อประเทศต้นทางหรือประเทศปลายทาง

1.2 การนำเข้าจากเขตพิเศษในอียู ได้แก่ 1. Island of Jersey และ British Channel Islands 2. Canary Island (สเปน) แต่อยู่นอก EU fiscal territory

ผู้ซื้อต้องส่งแบบฟอร์มสำแดงสินค้า และอาจได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีศุลกากรตามเงื่อนไขบางประการ กล่าวคือ สินค้าที่สั่งซื้อจากเขตพิเศษในอียู ได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มหากมูลค่ารวมสินค้าไม่เกิน 22 ยูโร (EUR) แต่ข้อยกเว้นไม่ใช้กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์ยาสูบ น้ำหอม หรือ Eau de toilette และได้รับยกเว้นหากค่าภาษีมูลค่าเพิ่มน้อยกว่า 5 ยูโร (EUR)

1.3 การนำเข้าจากประเทศนอกอียู

ผู้ซื้อต้องส่งแบบฟอร์มสำแดงสินค้า ชำระภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีศุลกากร นอกจากนี้ ผู้ซื้อต้องชำระภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ยาสูบ กล่าวคือ สินค้าที่สั่งซื้อจากนอกอียู ได้รับยกเว้นภาษี ดังนี้

1.3.1 ได้รับยกเว้นภาษีศุลกากรหากมูลค่ารวมสินค้าไม่เกิน 150 ยูโร (EUR) แต่ข้อยกเว้นไม่ใช้กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์ยาสูบ น้ำหอม หรือ Eau de toilette และได้รับยกเว้นหากค่าภาษีศุลกากรน้อยกว่า 10 ยูโร (EUR)

1.3.2 ได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มหากมูลค่ารวมสินค้าไม่เกิน 22 ยูโร (EUR) แต่ข้อยกเว้นไม่ใช้กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์ยาสูบ น้ำหอม หรือ Eau de toilette และได้รับยกเว้นหากค่าภาษีมูลค่าเพิ่มน้อยกว่า 5 ยูโร (EUR)

พิธีการศุลกากรประเทศฟินแลนด์

สินค้า E-Commerce ยังไม่สามารถผ่านพิธีการศุลกากรล่วงหน้าได้ ผู้ซื้อต้องส่งแบบสำแดงสินค้าเมื่อสินค้านำมาถึงในฟินแลนด์และภายหลังจากได้รับใบแจ้ง (Notice of Arrival) จากผู้ขนส่ง โดยในกรณีที่ผู้ขนส่งเป็นไปรษณีย์ ผู้ซื้อต้องดำเนินการผ่านพิธีการและชำระภาษีภายใน 20 วันนับแต่วันที่สินค้านำมาถึง

เอกสารประกอบที่ต้องใช้ ได้แก่

1. ใบแจ้ง (Notice of Arrival) จากผู้ส่ง
2. ใบเสร็จแสดงการสั่งซื้อและการชำระราคา
3. รหัสสินค้าตามระบบฮาร์โมนิซ (Harmonized System : HS)

นอกจากนี้ ต้องจัดส่งเอกสารเพิ่มเติมตามแต่ละกรณีพิเศษ ดังต่อไปนี้

1. หากสินค้าซื้อขายโดยไม่คิดราคาให้แสดงหลักฐานแสดงราคาซื้อขายทั่วไปของสินค้าชนิดนั้น

2. หากสินค้าถูกนำเข้ามาใหม่หลังจากได้รับการซ่อมแซมหรือการเปลี่ยนสินค้าตามใบรับประกัน ให้แสดงรายการแจ้งราคาสินค้าจากผู้ขาย (Performa Invoice) หรือหลักฐานที่น่าเชื่อถืออื่น ๆ รวมทั้งต้องแสดงใบสำแดงสำหรับการส่งออก

3. หากสินค้าถูกนำเข้ามาใหม่หลังจากได้รับการซ่อมแซมโดยมีค่าซ่อมแซม ให้แสดงใบเสร็จค่าซ่อมแซมและใบสำแดงสำหรับการส่งออก

4. หากสินค้าถูกแลกเปลี่ยนกับสินค้าอื่น ให้แสดงสัญญาที่แสดงว่า สินค้าใดกำลังถูกแลกเปลี่ยนกับสินค้าใด รวมทั้งราคาของสินค้าเหล่านั้น

การคืนสินค้าและขอคืนภาษี (นอก EU)

กรณีคืนสินค้าอย่างถาวร ผู้ซื้อต้องส่งใบสำแดงเพื่อการส่งออกโดยอาจใช้แบบฟอร์ม CN22/CN23 ในกรณีขนส่งโดยไปรษณีย์ นอกจากนี้ ผู้ซื้ออาจขอคืนภาษีนำเข้าโดยทำเรื่องภายใน 3 เดือนนับแต่สินค้าถูกปล่อย ทั้งนี้ กระบวนการพิจารณาคำร้องใช้ระยะเวลาประมาณ 2 เดือน

การส่งสินค้าไปซ่อมแซมโดยเสียค่าซ่อม (นอก EU)

ผู้ซื้อต้องส่งใบสำแดงเพื่อการส่งออกโดยอาจส่งผ่านเว็บไซต์ศุลกากรฟินแลนด์ได้ (Customs Web Export) โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและเมื่อสินค้าถูกส่งกลับเข้ามา โดยไม่ต้องชำระภาษีนำเข้าอีก แต่ต้องชำระภาษีนำเข้าสำหรับค่าซ่อม มูลค่าของสินค้าที่เพิ่มขึ้น ค่าขนส่ง ค่าประกันรวมทั้งค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจนกระทั่งสินค้ามาถึงจุดหมายปลายทางแรกในสหภาพยุโรปตามที่สัญญาระบุ และในขณะที่กำลังผ่านพิธีการปล่อยสินค้า หากทราบว่าสินค้าจะถูกส่งไปยังจุดหมายอื่นภายในสหภาพยุโรปให้นำค่าขนส่งและค่าใช้จ่ายการนำเข้าอื่น ๆ นำมารวมคำนวณเพื่อประเมินภาษีมูลค่าเพิ่มด้วย

การส่งสินค้าไปซ่อมแซมหรือเปลี่ยนสินค้าโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม (นอก EU)

หากผู้ซื้อส่งสินค้ากลับออกไปเพื่อซ่อมแซมหรือเปลี่ยนสินค้าโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมตามสัญญาประกัน ผู้ซื้อต้องส่งใบสำแดงสินค้าสำหรับการส่งออกโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายผ่าน Customs Web Export และเมื่อสินค้าที่ซ่อมแซมเสร็จสิ้นหรือสินค้าที่เปลี่ยนถูกส่งมายังฟินแลนด์ สินค้าต้องผ่านพิธีการปล่อยสินค้าและได้รับยกเว้นภาษีศุลกากร นอกจากนี้ ภาษีมูลค่าเพิ่มจะได้รับการยกเว้นหากผู้ซื้อไม่ได้เป็นผู้รับผิดชอบค่าขนส่ง

สรุป

ประเทศฟินแลนด์ยังคงใช้เกณฑ์มูลค่าขั้นต่ำ (De Minimis Value) ตามแนวทางของ WCO หากแต่แนวปฏิบัติของศุลกากรฟินแลนด์ ยังไม่พบการเชื่อมโยงระบบอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างศุลกากรและไปรษณีย์ตามโครงการ Customs Declaration System (CDS) ระหว่างองค์การศุลกากรโลกและสหภาพไปรษณีย์สากลดังเช่นในกรณีของประเทศเกาหลี กล่าวคือ ยังไม่มีการส่งข้อมูลสินค้าล่วงหน้ามายังระบบศุลกากรจนกว่าสินค้าจะมาถึงและถูกเปิด (สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์, ออนไลน์, 2562)

2. ระบบการจัดเก็บภาษีจากสินค้า E-Commerce ของศุลกากรนิวซีแลนด์

นิวซีแลนด์เป็นอีกประเทศหนึ่งที่ใช้มาตรฐานศุลกากรสากลในการจัดเก็บภาษีจากสินค้า E-Commerce โดยการใช้เกณฑ์มูลค่าขั้นต่ำ (De Minimis Value) นอกจากนี้ ศุลกากรนิวซีแลนด์ยังนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการจัดเก็บภาษีศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่ม (GST : Good and Services Tax) รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้นำเข้าโดยการประเมินตนเองล่วงหน้า โดยใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ดังนี้

โดยหลักการ หากสินค้าที่นำเข้ามีภาระภาษีศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่มรวมแล้วไม่เกิน 60 NZD (ตามอัตราแลกเปลี่ยนของศุลกากรซึ่งอาจแตกต่างจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของธนาคาร) จะได้รับยกเว้นภาษี ส่วนสินค้าที่มีภาระภาษีมากกว่า 60 NZD นอกจากต้องชำระภาษีแล้ว ยังต้องชำระค่าธรรมเนียมในการนำเข้า (Import Entry Transaction Fee (IETF)) เป็นจำนวน 29.26 NZD (รวม GST) และค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบความมั่นคงปลอดภัยต่อระบบนิเวศ (MPI Biosecurity System Entry Levy) เป็นจำนวน 19.98 NZD(รวม GST) รวมเป็น 49.24NZD

ทั้งนี้ หากสินค้าที่มีมูลค่าตั้งแต่ 1,000 NZD ผู้นำเข้าต้องกรอกแบบฟอร์ม NZCS224 ทางออนไลน์เพื่อขอรับ Client Code ด้วย

ค่าภาษี	ภาษีศุลกากร	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	IETF	MPI
รวมไม่เกิน 60 NZD	X	X	X	X
รวมเกิน 60 NZD	ตามแต่ประเภทสินค้า	15%	29.26 NZD	19.98 NZD

ผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

หลัก De Minimis Value ที่กำหนด ณ 60NZD ไม่นำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยต้องชำระภาษีไม่ว่าจะนำเข้าเป็นปริมาณเท่าใดก็ตาม

ของขวัญ

สินค้าที่ส่งโดยตรงจากบุคคลธรรมดาคนหนึ่งไปยังบุคคลธรรมดาอีกคนจะ ได้รับยกเว้นภาษีและค่าธรรมเนียม หากมีมูลค่าไม่เกิน 110NZD ทั้งนี้ การสั่งซื้อและชำระสินค้า โดยส่งให้ผู้อื่นนอกเหนือจากผู้นำเข้าไม่จัดเป็นของขวัญตามค่านियามนี้และอาจต้องชำระภาษี ทั้งนี้ ศุลกากรนิวซีแลนด์ได้จัดทำระบบ What's My Duty บนเว็บไซต์เพื่อให้ผู้นำเข้าประเมินภาระภาษี โดยคร่าวได้ล่วงหน้า โดยการเข้าหน้าเว็บเพจ <http://whatsmyduty.org.nz/whats-my-duty>

การคืนสินค้า

ในกรณีการคืนสินค้าที่ได้ชำระภาษีขณะนำเข้าแล้ว จะสามารถขอคืนภาษีได้ในกรณีดังต่อไปนี้

1. เกิดข้อผิดพลาดในการชำระภาษี
2. ภาษีได้รับการยกเว้นในภายหลังสำหรับสินค้าชนิดนั้น
3. สินค้าชำรุดบกพร่องจากการผลิต
4. สินค้าได้รับความเสียหายก่อนสินค้าจะออกจากการควบคุมของศุลกากร
5. สินค้าถูกทำลาย ขโมย หรือสูญหายก่อนจะออกจากการควบคุมของศุลกากร

สรุป

ศุลกากรนิวซีแลนด์เป็นกรณีศึกษาที่ดีตัวอย่างหนึ่งในการจัดการสินค้านำเข้าที่ซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต โดยนอกจากจะใช้มาตรฐานการกำหนดมูลค่าขั้นต่ำเพื่อการจัดเก็บภาษี

ตามแนวทางขององค์การศุลกากรโลกแล้ว ยังสร้างระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้นำเข้าตามท้องศุลกากรโลกสนับสนุนให้ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับงานศุลกากรให้มากที่สุด (Digital Customs) นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่า ระบบ What's My Duty? สามารถเข้าถึงผู้ใช้ที่ไม่มีความรู้เรื่องพิกัดอัตราศุลกากรตามระบบ HS โดยเพียงเลือกประเภทสินค้าจากรายการ หลังจากนั้นระบบจะคำนวณค่าภาษีให้โดยอัตโนมัติพร้อมคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถทราบภาระภาษีของตนได้ล่วงหน้า รวมทั้งเพื่อนำมาประกอบพิจารณาในการตัดสินใจซื้อสินค้าและปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้องต่อไป(สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์, ออนไลน์ ,2562)

3. ศุลกากรสหรัฐอเมริกา กับสินค้า E-Commerce

ศุลกากรสหรัฐอเมริกา(Customs and Border Protection : CBP) ได้จัดทำคู่มือสำหรับผู้นำเข้าสินค้าที่ซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้กฎระเบียบเดียวกันไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายผ่านผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจเป็นกิจจะลักษณะ (Established Business) หรือผ่านบุคคลทั่วไปที่ลงประกาศโฆษณาขายสินค้าบนเว็บไซต์และไม่ว่าสินค้านั้นจะเป็นสินค้าใหม่หรือเป็นสินค้ามือสองก็ตาม การส่งออกสินค้ามายังสหรัฐอเมริกา ผู้ขายต้องกรอกเอกสารที่ประกอบด้วยชื่อและที่อยู่ของผู้ขายคำอธิบายสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ ปริมาณสินค้า ราคา (USD) น้ำหนักและถิ่นกำเนิดสินค้า โดยหากสินค้าไม่มีใบสำแดงสินค้าและใบกำกับสินค้า (Invoice) แนบมา อาจถูกศุลกากรยึดไว้หรือถูกส่งกลับออกไป

หลักการยกเว้นภาษีศุลกากรและการผ่านพิธีการศุลกากรของสินค้าแตกต่างกันออกไปตามแต่มูลค่าของสินค้าและวิธีการขนส่ง ดังนี้

3.1 ไปรษณีย์ระหว่างประเทศ (International Postal Service) หากสินค้าที่สำแดงราคาไม่เกิน 200 USD (หรือ 100 USD ในกรณีของขวัญที่ส่งให้บุคคลอื่นนอกจากผู้นำเข้า) จะถูกปล่อยโดยไม่ต้องใช้เอกสารเพิ่มเติมจากศุลกากร อย่างไรก็ตาม ศุลกากรสงวนสิทธิในการกำหนดให้สินค้าใด ๆ ต้องผ่านพิธีการศุลกากรแบบเต็มรูปแบบ (Formal Entry) โดยเฉพาะในกรณีที่ต้องสงสัย หรือขาดเอกสารที่สำคัญ เช่น ใบกำกับสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้กระบวนการดำเนินไปด้วยความรวดเร็ว ผู้ขายควรใช้แบบฟอร์ม CN22/CN23 ของสหภาพไปรษณีย์สากล

หากสินค้านั้นมีมูลค่าไม่เกิน 2,000 USD ไม่มีข้อจำกัดโควตา และไม่ใช้สินค้าต้องห้าม/ต้องจำกัด ศุลกากรจะเป็นผู้จัดเตรียมเอกสารเพื่อการนำเข้าประเมินภาษี และปล่อยสินค้าเพื่อการจัดส่งต่อไป (Informal Entry)

หากสินค้ามีมูลค่าเกิน 2,000 USD สินค้าอาจถูกกักไว้จนกว่าผู้ซื้อจะทำเรื่องผ่านพิธีการศุลกากรแบบเต็มรูปแบบ โดยอาจดำเนินการเองหรือใช้บริการตัวแทนออกของ (Customs Broder) ก็ได้

ในกรณีส่วนใหญ่ที่สินค้าได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากร ศุลกากรจะจัดค่าธรรมเนียมในการดำเนินการเป็นจำนวนเล็กน้อย

3.2 Courier Shipping โดยทั่วไปแล้วผู้ประกอบการขนส่งประเภทนี้จะเป็นผู้จ้างตัวแทนออกของเพื่อดำเนินการปล่อยสินค้า อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อยังคงต้องเป็นผู้รับผิดชอบภาษี (หากมี)

3.3 Freight Shipping หากสินค้ามีมูลค่าไม่เกิน 2,500 USD โดยทั่วไปแล้ว สินค้าจะผ่านพิธีการแบบ Informal Entry ยกเว้นสิ่งทอที่นำเข้ามาเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้าจะผ่านพิธีการแบบ Informal Entry ได้หากมีมูลค่าไม่เกิน 250 USD หรืออาจไม่ได้รับการยกเว้นเลยหากมีโควตากำหนด

หากผู้ซื้อไม่ได้สั่งให้ผู้ขายแจ้งต่อผู้ขนส่งให้จัดส่งสินค้าถึงบ้าน สินค้าจะค้างอยู่ที่ท่าที่มาถึงจนกว่าผู้ซื้อจะมาดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากรเอง โดยศุลกากรจะไม่แจ้งการมาถึงสินค้า เพราะเป็นหน้าที่ของผู้ขนส่งที่ต้องแจ้งต่อผู้ซื้อ ทั้งนี้ หากไม่ดำเนินการภายใน 15 วันนับแต่วันที่สินค้ามาถึง สินค้าจะถูกเคลื่อนย้ายไปจัดเก็บ ณ คลังสินค้า โดยผู้ซื้อต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าจัดเก็บ และหากไม่ดำเนินการภายใน 6 เดือน สินค้าอาจถูกนำออกขายทอดตลาด

ระบบโควตาของสหรัฐอเมริกา

โดยหลักแล้ว ระบบโควตาจะใช้กับสินค้าที่นำเข้ามาเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยการนำเข้าสินค้าเพื่อนำมาใช้เป็นการส่วนตัวจะไม่ถูกจำกัดปริมาณในการนำเข้า แต่มีข้อยกเว้น คือ เสื้อสูทที่ตัดเฉพาะ (Made-to-Measure Suit) ที่นำเข้ามาจากฮ่องกง แม้จะนำเข้ามาใช้เป็นการส่วนตัวก็ตาม

สรุป

ศุลกากรสหรัฐอเมริกาใช้หลัก De Minimis Value ในการกำหนดประเภทพิธีการศุลกากรที่สินค้าต้องผ่าน แต่ไม่ได้นำมาใช้กับการยกเว้นภาษีดังเช่นในกรณีศึกษาอื่น ๆ นอกจากนี้ ศุลกากรสหรัฐอเมริกาได้ใช้แบบฟอร์มของไปรษณีย์สากลเพื่อการอำนวยความสะดวกทางการค้า แต่ยังมีได้เชื่อมโยงกับระบบอิเล็กทรอนิกส์ดังเช่นประเทศเกาหลี รวมทั้งยังไม่มีระบบออนไลน์ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ซื้อประเมินภาระภาษีของตนเองได้ล่วงหน้าดังเช่นประเทศนิวซีแลนด์ (สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์, ออนไลน์, 2562)

4. รูปแบบใหม่ในการจัดการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศจีน

การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศจากผู้ประกอบการสู่ผู้ประกอบการ (B2B) เข้าในประเทศจีนต้องกระทำผ่านผู้ประกอบการในจีน โดยผู้ประกอบการดังกล่าวอาจเป็นสาขา หุ้นส่วน

หรือผู้ผลิตของตนก็ได้ ซึ่งจะทำหน้าที่ผ่านพิธีการศุลกากรและนำเข้าสินค้าเข้ามาในประเทศจีน (แผ่นดินใหญ่) เมื่อผู้ประกอบการในจีนชำระภาษีแล้ว จึงจะสามารถซื้อขายในตลาดจีนได้ ทั้งช่องทาง E-Commerce Platform ในประเทศ หรือในร้านค้าแบบดั้งเดิมที่มีการจัดวางสินค้า (Brick-and-Mortar Shops)

วิธีการเดียวกันนี้ ใช้กับ E-Commerce Platform ที่ซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการสู่ผู้บริโภค (B2C) ด้วยเช่นกัน กล่าวคือ การนำเข้าต้องกระทำผ่านผู้ประกอบการในจีน

อย่างไรก็ตาม รูปแบบการจัดการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบใหม่ที่เรียกว่า Cross-Border E-Commerce (CBEC) จะช่วยหลีกเลี่ยงการจัดตั้งสาขาในจีนหรือกระทำธุรกรรมผ่านตัวกลางในจีนได้ มีผลดีต่อผู้ขายในการช่วยลดต้นทุน เวลา และเพิ่มกำไร เป็นตัวเลือกที่สะดวกต่อการขายทางออนไลน์โดยตรงจากต่างประเทศ นอกจากนี้ การนำเข้าผ่าน CBEC (B2C) ยังได้รับการลดภาษี และผลิตภัณฑ์บางประเภทที่ปกติต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพหรือกักกัน (CIQ Compliance Check) หรือการจดทะเบียน จะได้รับการยกเว้นจากการกระบวนการดังกล่าว จึงสามารถนำเข้าได้เร็วกว่าเดิม และลดต้นทุนในการทดลองความนิยมสินค้า (Trial-and-Error) ในตลาดจีนที่มีขนาดใหญ่โต

ตารางที่ 2-1 : เปรียบเทียบการนำเข้าแบบดั้งเดิมและการนำเข้าผ่าน CBEC

การนำเข้าแบบดั้งเดิมผ่านตัวกลาง (General Trade Via Trade Agent)	การนำเข้าผ่านรูปแบบ CBEC (Cross-Border E-Commerce Trade)
บริษัทต่างชาติที่ไม่มีใบอนุญาตประกอบกิจการในจีนต้องอาศัยตัวกลางในจีนในการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โดยตัวกลางอาจเป็นสาขาย่อย ตัวแทนการค้า	เป็นการนำเข้าโดยตรงจากต่างประเทศโดยผ่านช่องทางนำร่องพิเศษ (Special Pilot Channel) เรียกว่า Cross-Border E-Commerce Platform ซึ่งได้รับ

ตารางที่ 2-1 : เปรียบเทียบการนำเข้าแบบดั้งเดิมและการนำเข้าผ่าน CBEC (ต่อ)

การนำเข้าแบบดั้งเดิมผ่านตัวกลาง (General Trade Via Trade Agent)	การนำเข้าผ่านรูปแบบ CBEC (Cross-Border E-Commerce Trade)
หรือผู้ผลิตสัญชาติจีนของผู้ขายต่างชาติ ตัวกลางดังกล่าวเป็นผู้ผ่านพิธีการศุลกากรนำเข้าและนำเข้าสินค้าเข้ามาในจีน โดยต้องชำระภาษีที่คิดจากราคา CIF ก่อนที่จะขายสินค้า สินค้าอาจนำมาขายในร้านหรือผ่าน E-Commerce Platform ก็ได้	ประโยชน์จากนโยบายอำนวยความสะดวก ผู้ประกอบการจากต่างประเทศส่งออกสินค้ามายังคลังสินค้าทัณฑ์บน (Bonded Warehouse : B2B2C) หรือผ่าน Direct Mailing Model (B2C) กระบวนการปล่อยสินค้าจะเริ่มต้นขึ้นก็ต่อเมื่อมีคำสั่งซื้อทางออนไลน์ โดยลูกค้าออนไลน์

<p>เนื่องจากตัวกลางมักล้มเหลวที่จะเก็บสินค้าที่ยังไม่ขายในคลังสินค้า (ความเสี่ยงจากการขายสินค้าไม่ได้ตกอยู่กับตัวกลาง) จึงมักเรียกเก็บค่าธรรมเนียมสูงจากสินค้าที่นำเข้า</p> <p>บริษัทต่างชาติควบคุมด้านโลจิสติกส์ส่วนสุดท้ายในการขายสินค้าได้ยาก</p>	<p>(E-Consumer) ชำระภาษีโดยคิดจากราคาค้าปลีกบนชั้น (Shelf retail Price) ขณะที่สินค้าถูกขาย สินค้าต้องเสียภาษีหลายประเภท และต้องเป็นไปตามกฎระเบียบหลายประการที่มากกว่าการซื้อขายแบบดั้งเดิม</p> <p>เมื่อชำระภาษีและปฏิบัติตามกฎหมายแล้ว จึงจะสามารถขายสินค้าได้</p> <p>กล่าวโดยสรุป การซื้อขายแบบ CBEC ผู้บริโภคเป็นผู้มีบทบาทหลัก ส่วนในมุมมองผู้ค้าต่างประเทศ ห่วงโซ่โลจิสติกส์สั้นกว่าและมีความเสี่ยงน้อยกว่า</p>
--	---

ที่มา : สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์

รายละเอียดเกี่ยวกับกฎหมายใหม่ในการจัดการ CBEC (B2C) มีดังนี้

1. กฎหมายการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ฉบับใหม่

จีนได้ออก “นโยบายภาษีสินค้าขายปลีก ที่นำเข้ามาผ่าน Cross-Border E-Commerce” (Tax Policy for Cross-Border E-Commerce Retail Imports) เพื่อแก้ไขนโยบายเก่าสำหรับ CBEC (B2C) โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 8 เมษายน 2559 ซึ่งมีเวลาให้ผู้ประกอบการปรับตัว (Transitional Period) จนถึงสิ้นปี 2560

หนึ่งในวัตถุประสงค์หลักของนโยบายใหม่ดังกล่าว คือ การควบคุมและจัดเก็บภาษีจากสินค้าที่ซื้อขายทางออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งแก้ปัญหา “ผู้รับหัว” (ภาษาจีนคือ Daigou หมายถึง ผู้ที่นำสินค้าติดตัวหรือส่งเข้ามาโดยไม่เสียภาษี)

ในหัวข้อนี้ จะขอกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลง 2 ประการ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีและบัญชีอนุญาต

1.1 การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี

ก่อนหน้าวันที่ 8 เมษายน 2559 สินค้าที่นำเข้ามาผ่าน CBEC (B2C) ไม่ต้องเสียภาษีศุลกากรทั่วไป (Standard Customs Tariff) แต่เสียภาษีศุลกากรเฉพาะที่เรียกว่า “ภาษีไปรษณีย์” (Postal Tax) ซึ่งเป็นภาษีประเภทเดียวกับที่เก็บจากสัมภาระผู้โดยสารและพัสดุที่ส่งมาเป็นการส่วนตัว โดยอัตราภาษีอยู่ระหว่างร้อยละ 10 ถึงร้อยละ 50 ของราคาสินค้า โดยจะได้รับยกเว้นหากภาษีต่ำกว่า 50 หยวน ทั้งนี้ การนำเข้าแบบ B2C โดยไม่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม (โดยทั่วไปอยู่ที่อัตราร้อยละ 17 หรือร้อยละ 13 สำหรับสินค้าบางชนิด เช่น หนังสือ) และภาษีสรรพสามิต

(อัตราอาจสูงถึงร้อยละ 30 สำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น เครื่องสำอาง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยาสูบ นาฬิกาข้อมือราคาแพง) (การนำเข้าแบบ B2B ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีสรรพสามิต)

ตามกฎหมายฉบับใหม่ ภาษีไปรษณีย์ถูกยกเลิกไป และยกเลิกกฎ De Minimis Value ของค่าภาษี ที่กำหนดไว้ที่ 50 หยวน โดยกฎหมายฉบับใหม่กำหนด De Minimis Value ของมูลค่าสินค้าที่ 2,000 หยวนต่อคำสั่งซื้อ และรวมแล้วไม่เกิน 20,000 หยวนต่อปี จึงจะได้รับยกเว้นภาษีศุลกากร ส่วนภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และภาษีบริโภค (หรือ Consumption Tax หรือภาษีสรรพสามิต) เก็บที่ร้อยละ 70 ของอัตราภาษีปกติ

ตารางที่ 2-2: กฎหมายเก่า (ก่อน 8 เมษายน 2559)

สินค้า	B2C	B2B (รูปแบบดั้งเดิมโดยอาศัยตัวกลาง)		
	ภาษีไปรษณีย์	ภาษีศุลกากร (ทั่วไป)	VAT	ภาษีสรรพสามิต
หนังสือ อาหาร เครื่องดื่ม	ร้อยละ 10	ร้อยละ 8-20	โดยทั่วไป	สูงสุดร้อยละ 30
สิ่งถักทอ นาฬิกาข้อมือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	ร้อยละ 20	ร้อยละ 10-23	ร้อยละ 17(หรือ ร้อยละ 13	สำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย บางประเภท เช่น เครื่องประตันทันผิว เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์ยาสูบ นาฬิกาข้อมือราคาแพง
ไม้/ลูกกอล์ฟ นาฬิกา ข้อมือตั้งแต่ 10,000 หยวน	ร้อยละ 30	ร้อยละ 10-23	สำหรับสินค้า บางชนิด เช่น หนังสือ)	
เครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เส้นผม และ เครื่องประตันทันผิว)	ร้อยละ 50	ร้อยละ 2-18		
- ยกเว้นหากค่าภาษีไปรษณีย์ต่ำกว่า 50 หยวน - ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีสรรพสามิต ไม่เก็บกรณี B2C				

ที่มา : สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์

ตารางที่ 2-3 : กฎหมายใหม่ (ตั้งแต่ 8 เมษายน 2559)

สินค้า	B2C		B2B (รูปแบบดั้งเดิมโดยอาศัยตัวกลาง)			
	ภาษีศุลกากร	VAT	ภาษีสรรพสามิต	ภาษีศุลกากร	VAT	ภาษีสรรพสามิต
ต่ำกว่ามูลค่า สินค้าขั้นต่ำ 2,000 หยวน/ คำสั่งซื้อ และ	0	ร้อยละ 70 ของ VAT (โดยปกติ ประเมิน	ร้อยละ 70 ของภาษี สรรพสามิต ปกติ	อัตรา ปกติ	โดยทั่วไป ร้อยละ 17 (หรือ	สูงสุด ร้อยละ 30

สินค้า	B2C			B2B (รูปแบบดั้งเดิมโดยอาศัยตัวกลาง)		
	ภาษี ศุลกากร	VAT	ภาษี สรรพสามิต	ภาษี ศุลกากร	VAT	ภาษี สรรพสามิต

ตารางที่ 2-3 : กฎหมายใหม่ (ตั้งแต่ 8 เมษายน 2559) (ต่อ)

สินค้า	B2C			B2B (รูปแบบดั้งเดิมโดยอาศัยตัวกลาง)		
	ภาษี ศุลกากร	VAT	ภาษี สรรพสามิต	ภาษี ศุลกากร	VAT	ภาษี สรรพสามิต
		ร้อยละ 11.9 หรือ ร้อยละ 9.1 ในบางกรณี)			ร้อยละ 13 สำหรับ สินค้าบาง ชนิด เช่น หนังสือ)	
มูลค่ารวม 20,000 หยวน/ปีมากกว่า มูลค่าขั้นต่ำ	เช่นเดียวกับ B2B					

ที่มา : สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์

1.2 บัญชีอนุญาต (Positive List)

ศุลกากรประเทศจีนร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีการควบคุมการนำเข้าของจีน ได้ร่วมกันประกาศ “บัญชีสินค้าปลีกลงผ่าน CBEC” (ในที่นี้จะเรียกว่า “บัญชีอนุญาต”) ที่มีสินค้าจำนวนทั้งสิ้น 1,293 ประเภท (จัดจำแนกประเภทตามระบบ HS 8 หลัก) รวมสินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม เสื้อผ้า รองเท้า หมวก เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องสำอาง ผ้าอ้อมเด็ก ของเล่นเด็ก และสินค้าอื่น ๆ ที่มีการสั่งซื้อปลายทางออนไลน์ ต่อมาในวันที่ 15 เมษายน 2559

สินค้าที่อยู่ในบัญชีอนุญาตจะได้รับยกเว้นไม่ต้องแสดงใบอนุญาตนำเข้าต่อศุลกากร อย่างไรก็ตาม สินค้าที่อยู่ภายใต้กฎระเบียบของ CFDA ต้องลงทะเบียนก่อนนำเข้า (ตามตารางที่ 4) ทั้งนี้ กฎหมายใหม่กำหนดว่าเฉพาะสินค้าที่อยู่ในบัญชีอนุญาตเท่านั้นที่สามารถนำเข้าผ่านช่องทาง CBEC ได้ ผู้ประกอบการที่จะอาศัยช่องทางนี้ในการนำเข้าจึงควรศึกษาบัญชีอนุญาตอย่างละเอียด

ตารางที่ 2-4: ตัวอย่างสินค้าที่อยู่ในบัญชีอนุญาตที่ต้องขึ้นทะเบียน

ประเภท	อยู่ในบัญชี อนุญาตหรือไม่	รายละเอียด

ประเภท	อยู่ในบัญชีอนุญาตหรือไม่	รายละเอียด
แอลกอฮอล์	ส่วนใหญ่ ไม่อยู่ในบัญชี	ก. ไวน์ปริมาณน้อยกว่า 2 ลิตร อยู่ในบัญชีอนุญาต ข. แอลกอฮอล์อื่น ๆ เช่น ไวน์บรรจุอื่น ๆ เบียร์ แอลกอฮอล์กลั่นไม่อยู่ในบัญชีอนุญาต
อาหารบรรจุทั่วไป	สินค้าที่นำเข้า ครั้งแรก ไม่อยู่ในบัญชี	ก. อาหารบรรจุทั่วไปอยู่ในบัญชีอนุญาต
เครื่องสำอาง	อยู่ในบัญชี บางส่วน	ก. สินค้าที่นำเข้ามาครั้งแรกไม่อยู่ในบัญชีอนุญาต ข. ต้องกรอกแบบฟอร์มหรือลงทะเบียนอนุญาต

ตารางที่ 2-4: ตัวอย่างสินค้าที่อยู่ในบัญชีอนุญาตที่ต้องขึ้นทะเบียน(ต่อ)

ประเภท	อยู่ในบัญชีอนุญาตหรือไม่	รายละเอียด
ผลิตภัณฑ์นม	ส่วนใหญ่ ไม่อยู่ในบัญชี	ก. โยเกิร์ต ชีส เนย อยู่ในบัญชีอนุญาต ข. นมเหลว (รวมนมพาสเจอร์ไรซ์ นมยูเอชที นมปรุงแต่ง) นมผง (ยกเว้นผลิตภัณฑ์สูตรนมผงเด็ก (Formulated Milk Power))
อาหารสด (ผัก ผลไม้ ผลิตภัณฑ์จากสัตว์)	อยู่ในบัญชี บางส่วน	ก. ส่วนใหญ่นำเข้าผ่านช่องทางคลังสินค้าทัณฑ์บน ข. บริษัทและผลิตภัณฑ์ต้องขึ้นทะเบียน AQSIQ และ CNCA
สินค้าสุขภาพ อาหารการแพทย์ พิเศษ (FSMP)	ส่วนใหญ่ ไม่อยู่ในบัญชี	ก. อาหารเสริมต้องยื่นคำร้องต่อ CFDA ข. อาหารเพื่อสุขภาพต้องขึ้นทะเบียนต่อ CFDA
อาหารทารก	บางส่วน อยู่ในบัญชี	ก. เฉพาะผลิตภัณฑ์สูตรนมผงเด็กที่ได้ขึ้นทะเบียนกับ CFDA แล้วเท่านั้นที่สามารถนำเข้าผ่านช่องทาง CBEC ได้ โดยไม่มี ข้อยกเว้น ข. อาหารทารกบรรจุทั่วไปอื่น ๆ อยู่ในบัญชี
อุปกรณ์ทาง การแพทย์	ส่วนใหญ่ ไม่อยู่ในบัญชี	ก. อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่นำเข้าผ่านช่องทาง CBEC ต้อง เป็นไปตามกฎระเบียบของ CFDA ข. ต้องยื่นคำร้องหรือขึ้นทะเบียนกับ CFDA

ที่มา : สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์

2. รูปแบบการนำเข้าแบบ

การนำเข้าสินค้าทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2C มี 2 รูปแบบหลัก ได้แก่

2.1 การนำเข้าเพื่อเก็บในคลังสินค้าทัณฑ์บน (Bonded Imports)

เป็นการนำเข้าผ่านช่องทาง CBEC สามารถแบ่งออกเป็น

2.1.1 การนำเข้าเพื่อเก็บในคลังสินค้าทัณฑ์บน (Bonded Warehouse Model B2B2C)เป็นการนำเข้าเพื่อ “จัดเก็บสินค้าคงคลังก่อน/ลูกค้าสั่งซื้อภายหลัง” (Stock First, Order Later) โดยสินค้าที่อยู่ในบัญชีอนุญาต (Positive List) กว่า 1,293 รายการตามระบบ HS สามารถนำเข้าในปริมาณมาก (Bulk) ในคลังสินค้าทัณฑ์บน CBEC ที่ได้รับอนุญาตทั่วประเทศจีน โดยหลังจากผู้บริโภคนำคำสั่งซื้อผ่าน CBEC Platform (เช่น Amazon) สินค้าจะผ่านพิธีการปล่อยสินค้าภายในบริเวณคลังสินค้าทัณฑ์บนและส่งมอบให้ลูกค้าต่อไป โดยลูกค้าจะได้รับสินค้าภายใน 2-3 วัน

2.1.2 Direct Mailing Model (B2C) เป็นการนำเข้าโดยการ “สั่งซื้อก่อนส่งมอบภายหลัง” (Order First, Deliver Later) กล่าวคือ หลังจากผู้บริโภคนำคำสั่งซื้อผ่าน CBEC Platform ที่ได้รับอนุญาตแล้ว Platform นั้นจะส่งรายละเอียดคำสั่งซื้อ การขนส่ง และการชำระราคาไปยังศุลกากร ในขณะเดียวกัน สินค้าจะถูกส่งจากศูนย์จัดจำหน่ายจากต่างประเทศที่มีระบบเชื่อมโยงกับศุลกากรจีน โดยสินค้าจะถูกปล่อยก็ต่อเมื่อรายละเอียดคำสั่งซื้อ การขนส่ง และการชำระราคามีความถูกต้องตรงกัน

การนำเข้าเพื่อเก็บในคลังทัณฑ์บนทั้งสองวิธีอยู่ภายใต้กฎหมายใหม่ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเสียภาษีตามกฎหมายใหม่และบัญชีอนุญาต กล่าวคือ ไม่ต้องเสียภาษีไปรษณีย์อีกต่อไป แต่เสียภาษีศุลกากร (กำหนดไว้ที่ร้อยละ 0 เป็นการชั่วคราว) ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีสรรพสามิต นอกจากนี้ สินค้าที่นำเข้าผ่านวิธีนี้ต้องเป็นสินค้าที่อยู่ในบัญชีอนุญาต

2.2 การสั่งซื้อโดยตรง (Direct Purchase Imports (B2C)) สินค้าที่ไม่ได้อยู่ในบัญชีอนุญาตอาจสั่งซื้อจากผู้ขายในต่างประเทศ (B2C) หรือจากบุคคลทั่วไป (C2C) มาจ่ายเงินผ่านไปรษณีย์หรือผู้ขนส่ง (Courier) โดยกฎหมายใหม่ใช้บังคับกับการสั่งซื้อประเภทนี้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาษีเท่านั้น กล่าวคือ ชำระเพียงภาษีไปรษณีย์ (Postal Tax) เพราะถือว่าเป็นสินค้าสำหรับใช้ในทางส่วนตัว โดยมีอัตราภาษีแตกต่างกันตามแต่ประเภทสินค้า หากสินค้านั้นมีมูลค่าน้อยกว่า 50 หยวน จะได้รับยกเว้นภาษี ทั้งนี้ สินค้าที่นำเข้าไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าที่อยู่ในบัญชีอนุญาต

ตารางที่ 2-5: การจัดเก็บภาษีระหว่างการนำเข้าแบบติดทัณฑ์บนและการสั่งซื้อโดยตรงจากต่างประเทศ

การนำเข้าแบบติดทัณฑ์บน	การสั่งซื้อโดยตรง
- จากคลังสินค้าทัณฑ์บน (B2B2C)	- จากผู้ขายต่างประเทศ (B2C)

- Direct Mailing Model (B2C) จากศูนย์จัดจำหน่ายในต่างประเทศ		- จากบุคคลทั่วไป (C2C)		
ภาษี	อัตรา	ประเภทภาษี ไปรษณีย์	ประเภทสินค้า	อัตรา
ภาษีนำเข้า	กำหนดร้อยละ 0 เป็นการชั่วคราว	1	หนังสือ นิตยสาร โสตทัศนวัสดุ เพื่อการศึกษา คอมพิวเตอร์ กล่องบันทึกวีดิโอ กล่องดีวีดี อาหาร เครื่องดื่ม ทอง เงิน เฟอร์นิเจอร์ ของเล่น เกม สินค้า เพื่อการสร้างสรรค์และนันทนาการ	ร้อยละ 15
ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ร้อยละ 11.9 (อัตราปกติร้อยละ 17)	2	อุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์ตกปลา สิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอ โทรทัศน์ กล่อง และอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ จักรยาน สินค้าอื่น ๆ ที่ไม่อยู่ในประเภท 1 และ 3	ร้อยละ 30
ภาษีสรรพสามิต (ภาษีสรรพสามิต)	ร้อยละ 70 ของ อัตราปกติที่ใช้กับ สินค้าประเภทนั้น	3	ยาสูบ ไวน์ อัญมณี หยก ไม้และ อุปกรณ์กอล์ฟ นาฬิกาข้อมือ ราคาแพง เครื่องสำอาง	ร้อยละ 60

ที่มา : สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงเทพมหานคร

3. เปรียบเทียบราคาสินค้าที่นำเข้าผ่านวิธีต่าง ๆ ภายหลังจากที่สินค้าถูกปล่อยแล้ว
ตารางที่ 2-6 : ตัวอย่างการนำเข้าเครื่องสำอางที่อยู่ในบัญชีอนุญาติ ราคา 400 หยวน

วิธีการนำเข้า	ภาษี	ราคาหลังจากผ่าน พิธีการศุลกากร
วิธีการทั่วไป	- 400 หยวน + - ภาษีศุลกากร (ร้อยละ 6.5 - 18) + - ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ 17) + - ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ 30)	614 - 660 หยวน
การสั่งซื้อโดยตรง (หากถูกศุลกากร ตรวจสอบ)	- 400 หยวน + - ภาษีไปรษณีย์ส่วนบุคคล ประเภทที่ 3 (ร้อยละ 60)	640 หยวน (ไม่ได้รับยกเว้นภาษี เพราะค่าภาษีเกิน 50)

วิธีการนำเข้า	ภาษี	ราคาหลังจากผ่านพิธีการศุลกากร
		หยวน)
การนำเข้าแบบติดแท็กต์บน(ผ่านคลังสินค้าแท็กต์บนหรือ Direct Mailing ผ่าน Platform ที่ได้รับอนุญาต)	- 400 หยวน + - ภาษีศุลกากร (ร้อยละ 0 ชั่วโมง) + - ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ 11.9) + - ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ 21)	531.6 หยวน

ที่มา : สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์

ตารางที่ 2-7: ตัวอย่างการนำเข้าหนังสือ ราคา 100 หยวน

วิธีการนำเข้า	ภาษี	ราคาหลังจากผ่านพิธีการศุลกากร
วิธีการทั่วไป	- 100 หยวน + - ภาษีศุลกากร (ร้อยละ 0) + - ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ 13) + - ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ 0)	113 หยวน
การสั่งซื้อโดยตรง (หากถูกศุลกากรตรวจสอบ)	- 100 หยวน + - ภาษีไปรษณีย์ส่วนบุคคลประเภทที่ 1 (ร้อยละ 15)	100 หยวน (115 หยวน แต่ได้รับยกเว้นภาษี เพราะค่าภาษีต่ำกว่า 50 หยวน)
การนำเข้าแบบติดแท็กต์บน(ผ่านคลังสินค้าแท็กต์บนหรือ Direct Mailing ผ่าน Platform ที่ได้รับอนุญาต)	- 100 หยวน + - ภาษีศุลกากร (ร้อยละ 0 ชั่วโมง) + - ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ 70xร้อยละ 13) + - ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ 0)	109.1 หยวน

ที่มา : สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์

ตารางที่ 2-8 : ตัวอย่างการนำเข้าซีดีที่อยู่ในบัญชีอนุญาต ราคา 100 หยวน

วิธีการนำเข้า	ภาษี	ราคาหลังจากผ่านพิธีการศุลกากร
วิธีการทั่วไป	- 100 หยวน + - ภาษีศุลกากร (ร้อยละ 12) +	113 หยวน

	- ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ 13) + - ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ 0) +	
การสั่งซื้อโดยตรง (หากถูกศุลกากรตรวจสอบ)	- 100 หยวน + - ภาษีไปรษณีย์ส่วนบุคคล ประเภทที่ 1 (ร้อยละ 15)	100 หยวน (115 หยวน แต่ได้รับ ยกเว้นภาษี เพราะค่า ภาษีต่ำกว่า 50 หยวน)
การนำเข้าแบบติดแท็กบน (ผ่านคลังสินค้าแท็กบนหรือ Direct Mailing ผ่าน Platform ที่ได้รับอนุญาต)	- 100 หยวน + - ภาษีศุลกากร (ร้อยละ 0 ชั่วโมง) + - ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ 70 x ร้อยละ 13) + - ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ 0)	531.6 หยวน

ที่มา : สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์

ข้อได้เปรียบประการสำคัญของการนำเข้าผ่าน CBEC คือ โดยทั่วไปแล้ว ค่าภาษีจะต่ำกว่าวิธีการอื่น โดยเฉพาะสินค้าบริโภคทั่วไป อย่างไรก็ตาม มีบางกรณีที่การนำเข้าด้วยวิธีการสั่งซื้อโดยตรงมีค่าภาษีต่ำกว่า เช่น หนังสือ และซีดี (ที่อยู่ในบัญชีอนุญาต) ตามราคาที่ได้แสดงในตารางด้วยเหตุนี้ ผู้นำเข้าและผู้ประกอบการจึงควรศึกษาภาวะเปรียบเกี่ยวกับสินค้าประเภทนั้น ๆ เป็นกรณีไป

4. กระบวนการที่เกี่ยวข้อง

4.1 การปล่อยสินค้าขาเข้าก่อนการบังคับใช้กฎหมายใหม่ สินค้าที่นำเข้าผ่าน CBEC ผ่านการตรวจสอบทางศุลกากรหรือควบคุมกักกันที่ไม่เคร่งครัด อย่างไรก็ตาม ตามกฎหมายใหม่ ต้องมีการออกไปปล่อยสินค้าศุลกากรขาเข้า (Customs Clearance of Entry Commodities หรือ Clearance Form) ก่อนจึงจะสามารถปล่อยสินค้าแท็กบนได้ นอกจากนี้ ในการตรวจสอบสินค้าว่าเป็นไปตามกฎหมายหรือไม่ องค์กรควบคุมตรวจสอบมาตรฐานและการกักกัน (AQSIQ) กำหนดให้ส่งเอกสารดังต่อไปนี้

4.1.1 สำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการ

4.1.2 สำเนาใบรับรองเลขประจำตัวขององค์กร (Organization Code Certificate)

4.1.3 หนังสือบริคณห์สนธิ

4.1.4 ข้อมูลธุรกรรม ข้อมูลการชำระราคา ข้อมูลโลจิสติกส์

4.1.5 บัญชีสำแดงการนำเข้า/ส่งออกสินค้าปลีกที่นำเข้าผ่านช่องทาง CBEC

4.2 การยื่นคำร้องและการขึ้นทะเบียนสินค้าบางประเภท ตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 สินค้าบางประเภทที่จัดเก็บที่คลังสินค้าที่พัฒนาต้องได้ใบรับรองจากองค์การอาหารและยาของประเทศจีน (CFDA) ก่อนนำมาขายในประเทศจีน (แผ่นดินใหญ่)

สินค้าบางประเภทในบัญชีอนุญาตฉบับใหม่ต้องขึ้นทะเบียน (Registration) หรือยื่นคำร้อง (Filing) เช่นเดียวกับสินค้าที่นำเข้ามาผ่านช่องทางทั่วไปหรือสินค้าในประเทศจีนที่ซื้อขายในประเทศจีนผ่าน E-Commerce Platform

การยื่นคำร้องและการขึ้นทะเบียนเป็นกระบวนการที่ใช้ระยะเวลาประมาณระหว่าง 2-5 ปี โดยมีขั้นตอน ดังนี้

4.2.1 การยื่นคำร้อง

4.2.1.1 ตรวจสอบตัวอย่าง

4.2.1.2 เตรียมเอกสาร

4.2.1.3 ยื่นเอกสาร

4.2.1.4 อนุมัติคำร้อง

4.2.2 การขึ้นทะเบียน

4.2.2.1 ตรวจสอบตัวอย่าง

4.2.2.2 เตรียมเอกสาร

4.2.2.3 ยื่นเอกสาร

4.2.2.4 ประเมินผลทางเทคนิค

4.2.2.5 การตรวจสอบยืนยัน/ทดสอบซ้ำในสถานที่จริง

4.2.2.6 อนุมัติการจดทะเบียน

5. กำหนดสิ้นสุดระยะเวลาเปลี่ยนผ่าน

ผู้ประกอบการในเมืองโครงการนำร่อง (มี 13 เมือง ได้แก่ เชียงไฮ้ หางโจว หนิงโป เจียงโจว ฉงฉิ่ง กวางโจว เซินเจิ้น เทียนจิน เหอเฟย ฉิงตู ต้าเหลียน ชิงเต่า และซูโจว) มีระยะเวลาปรับตัวตามข้อกำหนดกฎหมายใหม่จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยในระหว่างนี้ สินค้าที่ไม่ได้อยู่ในบัญชีอนุญาตได้รับยกเว้นจากการตรวจสอบ Customs Clearance Certificate นอกจากนี้ สินค้าประเภทเครื่องสำอาง สัตว์นมผงเด็ก อุปกรณ์การแพทย์และอาหารที่นำเข้ามาครั้งแรก ไม่ต้องแสดงใบอนุญาตนำเข้า ไม่ต้องขึ้นทะเบียน และไม่ต้องยื่นคำร้อง ด้วยเหตุนี้ จึงสามารถขนส่งสินค้าเหล่านี้ไปยังคลังสินค้าที่พัฒนาในเมืองโครงการนำร่อง หรือซื้อขายผ่าน Direct Mailing Model โดยไม่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย CBEC ฉบับใหม่จนถึงสิ้นปี 2560

อย่างไรก็ตาม มาตรการการขึ้นทะเบียนสินค้าเหล่านี้ที่จะมีผลบังคับใช้ในปี 2561 ซึ่งจะมีความเคร่งครัดและรัดกุมมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะข้อกำหนดเกี่ยวกับการผลิตและการติดฉลาก อย่างไรก็ตาม ยังไม่เป็นที่แน่ชัดว่า รัฐบาลจีนจะผ่อนคลายนโยบายระเบียบเหล่านี้หรือไม่

6. แนวโน้มในอนาคต

รัฐบาลจีนแสดงความสนใจและสนับสนุน CBEC เรื่อยมา อย่างไรก็ตาม มีแนวโน้มว่าการจัดการควบคุม CBEC ในอนาคตจะมีความเข้มงวดมากขึ้น

กระบวนการปล่อยสินค้ายังคงมีความไม่แน่นอน กล่าวคือ ใบ Customs Clearance of Entry Commodity ที่ต้องขอก่อนปล่อยสินค้าที่นำเข้ามาด้วยวีดีงเดิม นั้น การนำมาใช้กับ CBEC ตามที่บัญชีอนุญัตกำหนดยังคงมีความไม่ชัดเจน และมีแนวโน้มที่จะขึ้นอยู่กับการตีความและการนำไปใช้ในทางปฏิบัติในการตรวจสอบและกักกันสินค้าของเมืองเซี่ยงไฮ้

เมืองที่เข้าร่วมโครงการนำร่องมีข้อกำหนดที่แตกต่างกันเกี่ยวกับการซื้อขายออนไลน์ระหว่างประเทศ เช่นในเมืองเซี่ยงไฮ้ ผู้ขายต้องใช้ Platform ทางการเท่านั้นบนเว็บไซต์ www.kjt.com โดยผู้ขายเปิดร้านค้าออนไลน์ในเว็บบไซต์ดังกล่าวซึ่งมีระบบการจัดการเป็นรูปแบบเดียวกันสำหรับผู้ขายรายอื่นที่เข้ามาใช้บริการ ตั้งแต่การอธิบายสินค้าจนกระทั่งถึงการทำสัญญาซื้อขาย ส่วนในเมืองอื่น ๆ เช่น เมืองหางโจว ผู้ขายสามารถก่อตั้งเว็บไซต์ของตนเองได้ อย่างไรก็ตาม เว็บไซต์จะไม่ได้รับการรับรอง หากไม่มีบริษัทสัญชาติจีนขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดการและเผยแพร่เว็บไซต์รวมทั้งเป็นผู้รับผิดชอบสำหรับข้อมูลและธุรกรรมที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นเรื่องความไม่แน่นอนทางกฎหมายและทางปกครอง เนื่องจากโครงการดังกล่าวเป็นเพียงโครงการนำร่องที่กำลังขยายตัวและกำลังพัฒนาตามกฎหมายและกฎระเบียบใหม่ที่ออกมาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม โครงการนี้ได้แสดงให้เห็นถึงความพยายามของรัฐบาลจีนในการสนับสนุนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2C เพื่อตอบสนองต่ออุปสงค์สินค้าจากต่างประเทศในตลาดจีน ในฐานะทางเลือกที่น่าสนใจมากกว่ารูปแบบ B2B

สรุป

กฎระเบียบการจัดการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของจีนเป็นที่น่าจับตามอง มีการจัดประเภทรูปแบบการนำเข้าและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของแต่ละรูปแบบที่ชัดเจน นอกจากนี้ อาจช่วยให้รัฐบาลเก็บภาษีได้มากขึ้นและแก้ไขปัญหา “ผู้รับหัว” ด้วยการกำหนดมูลค่าขั้นต่ำที่จะได้รับยกเว้นภาษีให้สูงขึ้น ในขณะที่เดียวกัน รัฐบาลไม่ละเลยการปกป้องสังคมจากสินค้าบางประเภทด้วยการสร้างระบบบัญชีอนุญัตซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกทางการค้าแก่สินค้าที่ได้ขึ้นทะเบียนหรือยื่นคำร้องอย่างถูกต้องในเวลาเดียวกัน กฎระเบียบการจัดการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของจีนจึงอาจเป็นกรณีศึกษาที่ดีประการหนึ่งสำหรับประเทศไทย(สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์,ออนไลน์ ,2562)

5. การจัดเก็บภาษีและพิธีการศุลกากรสินค้า E-Commerce ในสหภาพยุโรป

พิธีการศุลกากรและการจัดเก็บภาษีศุลกากร ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภาษีสรรพสามิต ประเทศสมาชิกในแต่ละประเทศยังไม่มีกฎระเบียบในทิศทางเดียวกัน) สำหรับสินค้าที่ซื้อขายทางอิเล็กทรอนิกส์ พร้อมยกตัวอย่างกรณีปัญหาของสินค้าประเภทเภสัชภัณฑ์

กฎหมายสหภาพยุโรปได้กำหนดการจัดเก็บภาษีสินค้า E-Commerce ที่มีถิ่นกำเนิดนอกสหภาพยุโรป โดยแบ่งออกเป็นภาษีศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่มซึ่งมีมูลค่าขั้นต่ำของสินค้าที่จะได้รับยกเว้นอากร (De Minimis Value) แตกต่างกันไป และคำนึงถึงลักษณะทางการค้าของสินค้าที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. สินค้าที่มีลักษณะทางการค้า

1.1 Customs De Minimis Value สำหรับภาษีศุลกากร คือ 150 ยูโร

1.2 VAT De Minimis Value สำหรับภาษีมูลค่าเพิ่มอยู่ระหว่าง 10 – 22 ยูโร

ตามแต่ละประเทศสมาชิกจะกำหนด

2. สินค้าที่ไม่มีลักษณะทางการค้า ได้แก่ สินค้าที่ส่งเป็นครั้งคราวและเป็นสินค้าสำหรับผู้รับปลายทางใช้ส่วนตัวหรือในครัวเรือน และไม่มีการชำระเงินระหว่างผู้ส่งและผู้รับของ โดย De Minimis Value ของทั้งภาษีศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่มเท่ากัน คือ 45 ยูโร

ประเด็นปัญหาสำคัญของการจัดเก็บภาษีจากสินค้า E-Commerce ในสหภาพยุโรป ได้แก่

1. การยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มส่งผลกระทบต่อการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม เนื่องจากสินค้าที่มีถิ่นกำเนิดและซื้อขายในสหภาพยุโรปต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม ในขณะที่สินค้าจากภายนอกอาจได้รับยกเว้นภาษี จึงมีแนวคิดที่จะยกเลิก De Minimis Value สำหรับภาษีมูลค่าเพิ่มเพื่อจัดเก็บภาษีจากสินค้า E-Commerce ทั้งหมด

2. การยกเลิกหรือลด De Minimis Value สำหรับภาษีมูลค่าเพิ่ม ต้องพิจารณาถึงทรัพยากรและขีดความสามารถของศุลกากรในการจัดเก็บภาษีด้วย เนื่องจากต้นทุนที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีสินค้าขนาดเล็กจำนวนมาก อาจไม่คุ้มค่างับภาษีที่จัดเก็บได้

3. การยกเลิกหรือลด De Minimis Value สำหรับภาษีมูลค่าเพิ่ม อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการย้ายกิจการไปยังต่างประเทศที่มีนโยบายด้านภาษีมูลค่าเพิ่มที่น่าสนใจกว่า

4. กฎหมายการค้าเภสัชภัณฑ์ทางอิเล็กทรอนิกส์มีความแตกต่างกันระหว่างประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป โดยประเด็นปัญหาสำคัญ คือ ความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและการฉ้อฉล อย่างไรก็ตาม บางประเทศ เช่น สหราชอาณาจักร และเดนมาร์ก สนับสนุนการค้าเภสัชภัณฑ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ภายใต้การกำกับดูแลอย่างเคร่งครัด

ในส่วนของพิธีการศุลกากรนำเข้าสำหรับสินค้า E-Commerce นั้น ตามหลักการทั่วไป ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปกำหนดให้ไปรษณีย์ใช้แบบฟอร์ม CN22/CN23 และบริษัทขนส่งอื่น ๆ (Courier) ใช้ Single Administrative Document (SAD) โดยทั้งไปรษณีย์และผู้ประกอบการขนส่งต้องจัดส่งเอกสารเพิ่มเติมเพื่อแสดงว่าสินค้านั้นได้รับยกเว้นภาษีหรือไม่ เช่น ใบแจ้งราคาสินค้าบัญชีสินค้า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติยังไม่มีความสะดวกคล่องกันในแต่ละประเทศสมาชิกและในบางกรณี หากมูลค่าสินค้าต่ำกว่า De Minimis Value สำหรับภาษีมูลค่าเพิ่ม ศุลกากรบางประเทศอาจอนุญาตให้ผ่านพิธีการศุลกากรด้วยปากเปล่า หรือปล่อยสินค้าโดยไม่ต้องยื่นแบบฟอร์มใด ๆ

รายละเอียดเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีศุลกากร ภาษีมูลค่าเพิ่ม และพิธีการศุลกากรสำหรับสินค้า E-Commerce มีดังต่อไปนี้

1. การยกเว้นภาษีศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้าที่มีลักษณะทางการค้า

1.1 การยกเว้นภาษีศุลกากร

ระบบยกเว้นภาษีศุลกากรสำหรับสินค้านี้ดังกล่าวถูกจัดตั้งโดย Regulation 1186/2009 และ Community Customs Code มาตรา 184 โดยแต่เดิมกำหนดมูลค่าขั้นต่ำที่จะได้รับยกเว้นภาษี (De Minimis Value) ไว้ที่ 10 ยูโร อย่างไรก็ตาม ปริมาณสินค้าขนาดเล็กที่สั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้ศุลกากรที่มีทรัพยากรอยู่อย่างจำกัดไม่สามารถจัดการเก็บภาษีสินค้าได้ทั้งหมด ประกอบกับมีการยกเลิกภาษีศุลกากรสำหรับสินค้าหลายประเภทในหลายปีที่ผ่านมา จึงเห็นสมควรเพิ่มมูลค่าขั้นต่ำ โดยปัจจุบัน Regulation 274/2008 ได้กำหนดไว้ที่ 150 ยูโร มูลค่าขั้นต่ำ 150 ยูโร มีผลบังคับใช้กับประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปทั้งหมด โดยมูลค่าดังกล่าวคิดจากมูลค่าที่แท้จริง (Intrinsic Value) กล่าวคือ มูลค่าของตัวสินค้าเอง โดยไม่รวมค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าประกันภัย ค่าขนส่ง อย่างไรก็ตาม ข้อยกเว้นนี้ไม่ใช้กับเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ น้ำหอม และผลิตภัณฑ์ยาสูบ

ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปส่วนใหญ่ใช้มูลค่าขั้นต่ำนี้กับสินค้าที่ขนส่งมาพร้อมกับสินค้าอื่นในคราวเดียว (Grouped Consignment) ในใบขนสินค้านำเข้าเดียวกัน หากสามารถระบุแยกสินค้านั้นออกมาได้และมูลค่าของสินค้านั้นไม่เกิน 150 ยูโร อย่างไรก็ตาม ในเดนมาร์ก โครเอเชีย ฮังการี ลักเซมเบิร์ก มอลตา โปแลนด์ โปรตุเกส โรมาเนีย และสโลวาเกีย ไม่นำหลักการดังกล่าวมาใช้ กล่าวคือ หากมูลค่ารวมของสินค้าทั้งหมดในใบขนสินค้าเดียวกันเกิน 150 ยูโร ต้องชำระภาษี

1.2 การยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม

1.2.1 มูลค่าขั้นต่ำในประเทศสมาชิก 28 ประเทศ

เริ่มในปี 1983 มูลค่าขั้นต่ำที่จะได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม ตามวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าสินค้ามูลค่าต่ำระหว่างประเทศสมาชิก โดย Council Directive 83/181/EEC กำหนดมูลค่าขั้นต่ำไว้ที่ 22 หน่วยเงินยุโรป (ECU : European Currency

Unit) โดยไม่ใช้กับเครื่องตีมแอลกอฮอล์ น้ำหอม และผลิตภัณฑ์ยาสูบ ต่อมามูลค่าขั้นต่ำถูกแก้ไขโดย Directive 88/EEC กำหนดไว้ที่ 10 – 22 ECU และอนุญาตให้ประเทศสมาชิกจัดเก็บภาษีสินค้าที่ส่งซื้อทางไปรษณีย์ได้โดยไม่กำหนดมูลค่าขั้นต่ำก็ได้ เนื่องจากในช่วงระยะเวลาดังกล่าวการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ยังไม่เฟื่องฟู และยังไม่มีการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างกว้างขวาง

ในปัจจุบัน Directive 2009/132/EC ได้กำหนดมูลค่าขั้นต่ำล่าสุดที่ 10 ยูโรและอนุญาตให้ประเทศสมาชิกเพิ่มมูลค่านี้ได้จนถึง 22 ยูโร อย่างไรก็ตาม ตาม Reticat 5 ของ Directiveดังกล่าว การยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อเงื่อนไขการแข่งขันทางการค้า

ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปทั้งหมดได้กำหนดมูลค่าขั้นต่ำสำหรับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม และส่วนใหญ่กำหนดไว้ที่ 22 ยูโร หรือเทียบเท่าในหน่วยเงินอื่น บัลแกเรีย กำหนดไว้ที่ 30 BGN (ประมาณ 15.34 ยูโร) โครเอเชีย 160 HRK (ประมาณ 20.85 ยูโร) ไชปรัส 17 ยูโร เดนมาร์ก 80 DKK (ประมาณ 10.75 ยูโร) ฮังการี 6,000 HUF (ประมาณ 18.82 ยูโร) และสหราชอาณาจักร 15 ปอนด์ (ประมาณ 19.23 ยูโร)

ทั้งนี้ VAT Committee เห็นว่า มูลค่าที่ใช้ในการพิจารณายกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มไม่รวมค่าใช้จ่ายเล็กน้อย (Incidental Expenses) เช่น ค่าบริการ ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าขนส่ง และค่าประกัน เพื่อหลีกเลี่ยงการบิดเบือนการแข่งขันทางการค้าที่อาจเกิดขึ้นในกรณีที่สินค้าเดียวกันได้รับยกเว้นหรือไม่ได้รับยกเว้นภาษีอันเนื่องมาจากค่าใช้จ่ายเหล่านั้น อย่างไรก็ตาม ประเทศส่วนใหญ่ในสหภาพยุโรปไม่ได้ใช้หลักการดังกล่าว โดยนำค่าขนส่ง ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าประกันเข้ามารวมและรวมทั้งค่าจัดการ (Handling Cost) ในบางกรณี มารวมในการคำนวณหามูลค่าสินค้าเพื่อการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มด้วย

จึงอาจสรุปได้ว่า มีความแตกต่างระหว่างมูลค่าขั้นต่ำและการคำนวณราคาเพื่อการจัดเก็บภาษีในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป

1.2.2 การยกเลิก De Minimis Value ในบางประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป

ฝรั่งเศสไม่ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้าที่ส่งซื้อทางไกลแบบ B2C ทั้งหมด โดยครอบคลุมถึงคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และแค็ตตาล็อกซึ่งผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า

สวีเดนยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มเฉพาะวารสารจากต่างประเทศที่มีมูลค่าต่ำกว่า 22 ยูโร

โปแลนด์ไม่ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้าที่ส่งซื้อทางโทรศัพท์ โทรสาร อีเมล ไปรษณีย์ และอินเทอร์เน็ต ฯลฯ และขนส่งโดยบริษัทขนส่งหรือไปรษณีย์ เพื่อป้องกัน

การบิดเบือนการแข่งขันทางการค้า และป้องกันการถ่ายโอนกิจการไปยังนอกสหภาพยุโรปเพื่ออาศัยประโยชน์จากมาตรการยกเว้นภาษี

เบลเยียมไม่ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มจนถึงปี 2547 จึงได้เริ่มใช้มาตรการยกเว้นภาษีอีกครั้งหนึ่งด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจ เพื่อป้องกันการย้ายกิจการไปยังประเทศสมาชิกเพื่อนบ้านที่ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม

โปรตุเกสได้ยกเลิกกฎหมายไม่ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มในปี 2552 ด้วยเหตุผลทางต้นทุนที่ใช้ในการบริหารจัดการที่มีมากกว่าภาษีที่จัดเก็บ

2. การยกเว้นภาษีศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้าที่ไม่มีลักษณะทางการค้า Directive 2006/79/EC และ Directive 1186/2009 ได้กำหนดมาตรการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีศุลกากรสำหรับสินค้าที่ไม่มีลักษณะทางการค้าไว้โดยเฉพาะตามลำดับใน ทั่วประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป โดยสินค้าต้องมีมูลค่ารวมต่ำกว่า 45 ยูโรต่อการขนส่ง จึงจะได้รับยกเว้นภาษี

ตาม Council Regulation 1186/2009 มาตรา 27 ประเทศสมาชิกหลายประเทศใช้มาตรการควบคุมทางปริมาณ (Quantitative Restrictions) กับสินค้าประเภทเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์ยาสูบ น้ำหอม กาแฟและชา ทั้งนี้ ฟินแลนด์ เดนมาร์ก ไอร์แลนด์ และลิทัวเนีย ไม่ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้าบางประเภทดังกล่าว แม้ไม่มีลักษณะทางการค้าก็ตาม

3. การควบคุมเกสรภัณฑ์ที่ส่งซื้อทางอิเล็กทรอนิกส์

ในสหภาพยุโรป ประเทศสมาชิกมีอำนาจอธิปไตยในการออกนโยบายสาธารณสุขของตนเอง นโยบายจึงมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศ รวมทั้งสถานะของยาแต่ละชนิดเช่นกัน อย่างไรก็ตาม การนำเข้าต้องขอใบอนุญาต จากองค์การอาหารและยาของแต่ละประเทศ

ประเด็นปัญหาที่สำคัญ คือ การค้าขายเกสรภัณฑ์ทางอิเล็กทรอนิกส์อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพของประชาชน เนื่องจากยาไม่ได้คุณภาพ ปลอมแปลง หรือบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมต่อการขนส่ง และในบางกรณีลูกค้าไม่ได้รับสินค้าที่ส่งอย่างสิ้นเชิง นอกจากนี้ ผู้ขายและผู้ซื้ออาศัยความแตกต่างของสถานะยาในแต่ละประเทศในการสั่งซื้อยาที่ต้องมีใบสั่งแพทย์

Directive 2000/31/EC กำหนดข้อมูลที่ผู้ค้าเกสรภัณฑ์ทางอินเทอร์เน็ตต้องระบุลงในเว็บไซต์ ได้แก่

1. ชื่อผู้ประกอบการ
2. ที่อยู่ของผู้ประกอบการประกอบกิจการและรายละเอียดติดต่อ (หมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร e-mail)
3. คุกกี้ตัวชี้ของเกสรภัณฑ์และประเทศที่ออกคุกกี้

4. เกสซ์สภาที่เกสซ์กรขึ้นทะเบียนและหน่วยงานกำกับดูแล

5. กฎระเบียบวิชาชีพในประเทศที่ประกอบกิจการ

ประเทศเดนมาร์กมีกฎหมายทั่วไปควบคุมเกสซ์ภัณฑ์ที่ครอบคลุมการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต โดยเป็นประเทศในกลุ่มนอร์ดิกเป็นกลุ่มแรกที่อนุญาตการซื้อขายที่ไม่ต้องมีใบสั่งแพทย์ทางอิเล็กทรอนิกส์ และวางแผนจะจัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลการซื้อขายทางอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ และอาจเปิดให้มีการซื้อขายที่ต้องมีใบสั่งแพทย์ได้

สหราชอาณาจักรมีร้านขายยาออนไลน์แห่งแรก ชื่อ ซึ่งก่อตั้งตั้งแต่ปี 2552 โดยเกสซ์สภาแห่งสหราชอาณาจักรได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับการซื้อขายเกสซ์ภัณฑ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้รัฐบาลยังได้สนับสนุนธุรกิจดังกล่าวโดยมีความเห็นว่า หากมีมาตรฐานวิชาชีพและการกำกับดูแลที่เหมาะสมแล้ว ไม่มีเหตุผลใดที่จะห้ามการซื้อขายทางไกล

4. พิธีการนำเข้าสินค้ามูลค่าต่ำ

4.1 หลักการทั่วไป

ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปทุกประเทศกำหนดพิธีการศุลกากรอย่างเป็นทางการสำหรับการนำเข้าสินค้าที่มีมูลค่าไม่เกิน 150 ยูโร โดยใช้ Single Administrative Document (SAD)

อย่างไรก็ตาม สำหรับสินค้าที่มีมูลค่าต่ำกว่า De Minimis Value สำหรับภาษีมูลค่าเพิ่ม มีบางประเทศสมาชิกที่ไม่ได้กำหนดพิธีการอย่างเป็นทางการ โดยอนุญาตให้ผ่านพิธีการอย่างย่อเพื่อการอำนวยความสะดวก เช่น เบลเยียม สาธารณรัฐเช็ก เอสโตเนีย อิตาลี และสโลวาเกีย สามารถผ่านพิธีการได้ด้วยปากเปล่า โดยไม่ต้องใช้ SAD หรือ CN22 ส่วนในเยอรมนี โครเอเชีย ลักเซมเบิร์ก และสโลวีเนีย สินค้าที่มีมูลค่าต่ำกว่า 22 ยูโรถือว่าถูกปล่อยเมื่อสินค้าเคลื่อนย้ายผ่านชายแดนเขตศุลกากรของประชาคม

สำหรับการนำเข้าสินค้ามูลค่าต่ำตามความตกลงไปรษณีย์ระหว่างประเทศ (International Postal Agreements) ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปทั้งหมดยกเว้นโปรตุเกส อนุญาตให้ใช้แบบฟอร์ม CN22 แทน SAD ได้ โดยต้องฉีกแบบฟอร์มที่กล่องพัสดุ สำหรับโปรตุเกส อนุญาตให้การขนส่งแต่ละครั้ง (Individual Consignment) โดยไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการขนส่งรวมกัน (Combined Shipment) และมีมูลค่าต่ำกว่า 1,000 ยูโร สามารถผ่านพิธีการแบบง่ายได้ เรียกว่า Verbal or Mail Traffic Customs Declaration

ในทางตรงกันข้าม พิธีการที่ใช้กับสินค้าที่ขนส่งโดยบริษัทขนส่ง (Courier Firm) แตกต่างกันไปตามแต่ละประเทศสมาชิก โดยในอร์แลนด์ สโลวาเกีย เบลเยียม เดนมาร์ก เยอรมนี และสหราชอาณาจักร จำกัดการใช้แบบฟอร์ม CN22/23 เฉพาะกับไปรษณีย์แห่งชาติเท่านั้น กล่าวคือ บริษัทขนส่งต้องผ่านพิธีการมาตรฐานโดยใช้ SAD

ไม่ว่าผู้ขนส่งจะเป็นไปรษณีย์หรือบริษัทขนส่ง ต้องจัดส่งเอกสารเพิ่มเติม นอกจากแบบฟอร์ม SAD และ CN22 ขณะสินค้ามาถึง เพื่อแสดงให้เห็นว่า สินค้าเข้าเกณฑ์ได้รับ ยกเว้นภาษี โดยประเทศสมาชิกทั้งหมดอนุญาตให้ใช้ใบแจ้งราคาสินค้า (Invoice) หรือเอกสารอื่น ๆ ที่ระบุผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งคำอธิบายและราคาสินค้าเพื่อวัตถุประสงค์นี้

4.2 ในทางปฏิบัติ

ไปรษณีย์แห่งชาติใช้แบบฟอร์ม CN22/23 เป็นการทั่วไป โดยในแบบฟอร์ม มีช่องให้ระบุว่า สินค้าได้รับการยกเว้นด้วยเหตุผลทางราคาหรือลักษณะของสินค้าเอง

สำหรับผู้ประกอบการอื่น ๆ เช่น บริษัทขนส่ง ใช้แบบฟอร์มที่เป็นกระดาษ หรือ SAD ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยในแบบฟอร์ม SAD มีช่องให้ระบุรหัสว่า สินค้านั้นได้รับ ยกเว้นภาษีด้วยเหตุใด หากได้รับยกเว้นภาษี ให้ระบุรหัส C07 ในช่องที่ 37(2) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการใน เบลเยียม เดนมาร์ก อิตาลี และออสเตรีย แจ้งว่า นอกจากต้องระบุรหัสในช่องที่ 37(2) แล้ว ต้องระบุ รหัสสินค้าในช่อง 33 ด้วย อย่างไรก็ตาม พบว่าประเทศสมาชิกบางประเทศอนุญาตให้ผ่านพิธีการ ศุลกากรแบบง่ายด้วยการยื่นบัญชีสินค้าที่เป็นกระดาษหรืออิเล็กทรอนิกส์ โดยในบัลแกเรีย โปแลนด์ โรมาเนีย และสหราชอาณาจักร บริษัทขนส่งสามารถผ่านพิธีการสำหรับสินค้าที่ขนส่งมารวมกันใน ครั้งเดียวได้ ภายใต้เงื่อนไขว่า ต้องยื่นบัญชีสินค้าที่สามารถระบุสินค้าแต่ละชนิดแยกจากกันได้ ระบุ ที่อยู่ปลายทาง และรายละเอียดอื่น ๆ ที่เพียงพอต่อการตรวจสอบของทางศุลกากร

นอกจากนี้ ทั้งไปรษณีย์และบริษัทขนส่ง ต้องจัดส่งเอกสารที่เป็นหลักฐาน แสดงว่าสินค้านั้นได้รับยกเว้นภาษีศุลกากร ภาษีมูลค่าเพิ่ม เช่น ใบแจ้งราคาสินค้า บัญชีสินค้า (Manifest) ใบตราส่ง และเอกสารอื่น ๆ ที่มีข้อมูลเกี่ยวข้องกับการยกเว้นภาษี

ตารางที่ 2-9: มูลค่าการนำเข้าที่ได้รับยกเว้นภาษีศุลกากร ภาษีมูลค่าเพิ่ม และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

มูลค่า	ภาษี	พิธีการศุลกากร	
		ไปรษณีย์	บริษัทขนส่ง
ไม่เกิน 10-22 ยูโร	ภาษีมูลค่าเพิ่ม : ได้รับยกเว้น ภาษีศุลกากร : ได้รับยกเว้น	CN22	สำแดงด้วยวิธีการอื่น เช่น ปากเปล่า บัญชี สินค้าในรูปแบบ กระดาษ/อิเล็กทรอนิกส์ แบบฟอร์ม SAD แบบย่อ
มากกว่าเกิน 10-22 ยูโร แต่ไม่เกิน 150 ยูโร	ภาษีมูลค่าเพิ่ม : ชำระ ภาษีศุลกากร : ได้รับยกเว้น	CN22	พิธีการอย่างย่อทาง อิเล็กทรอนิกส์ หรือ SAD
มากกว่า 150 ยูโร	ภาษีมูลค่าเพิ่ม : ชำระ	CN22/23	SAD แบบย่อหรือเต็ม

	ภาษีศุลกากร : ชำระ	(ตามมูลค่าสินค้า)	
--	--------------------	-------------------	--

ที่มา : สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์

ในส่วนของการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการนั้น บริษัทขนส่งมีระบบที่เชื่อมโยงกับระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมศุลกากร เช่น PLDA CHIEF และ ATLAS เป็นต้น โดยระบบของศุลกากรจะสามารถตรวจหาสินค้าที่ได้รับยกเว้นภาษีได้โดยอัตโนมัติ อย่างไรก็ตามในกรณีของไปรษณีย์หรือการสำแดงด้วยปากเปล่าระบบของศุลกากรจะไม่ตรวจพบข้อมูลเพื่อจัดแยกสินค้าเป็นสินค้าที่ได้รับยกเว้นภาษี

5. แนวปฏิบัติในการจัดเก็บ/ชำระภาษีสำหรับสินค้ามูลค่าต่ำ

โดยทั่วไปแล้ว ผู้ขายนอกสหภาพยุโรปไม่ได้รวมภาษีศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่มในราคาซื้อขาย ในการนี้ทั้งไปรษณีย์และบริษัทขนส่งกำหนดให้ผู้รับของชำระภาษีให้เสร็จสิ้นก่อนส่งสินค้า พร้อมเก็บค่าบริการในการดำเนินการแทนผู้รับของ

ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปหลายประเทศมีข้อตกลงเฉพาะในการจัดเก็บภาษี เช่น

5.1 สหราชอาณาจักร ศุลกากรมีความตกลงชำระภาษีส่วงหน้า (Prepayment Arrangement) ที่อนุญาตให้ผู้ประกอบการในต่างประเทศจัดเก็บและชำระภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้าที่ส่งซื้อทางไกลในจำนวนที่เท่ากับภาษีที่ต้องชำระเมื่อสินค้าถูกนำเข้า โดยความตกลงดังกล่าวทำให้รูปแบบบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding) กับศุลกากรในต่างประเทศ (หมู่เกาะแมนเนล ฮองกง สิงคโปร์ และนิวซีแลนด์) และไปรษณีย์ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตจะได้รับหมายเลขอนุญาตที่ต้องระบุในใบขนสินค้าหรือบนฉลากพัสดุโดยมีข้อความ “ชำระภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับการนำเข้าไว้ล่วงหน้าแล้ว” (Import VAT Prepaid) จึงช่วยลดภาระของศุลกากรสหราชอาณาจักรในการคำนวณและจัดเก็บภาษีเมื่อสินค้านำเข้า ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่นำเข้าสินค้ามาใช้ในทางธุรกิจต้องเก็บฉลากที่มีข้อความดังกล่าวไว้ รวมทั้งใบแจ้งราคาสินค้าจากผู้ขาย เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการขอคืนภาษีซื้อ (Input Tax) ในภายหลัง

5.2 ฝรั่งเศส ศุลกากรฝรั่งเศสมีความตกลงเฉพาะกับผู้ประกอบการขนส่งสำหรับสินค้าที่ไม่มีลักษณะทางการค้า ในส่วนของความตกลงกับไปรษณีย์นั้น ได้กำหนดให้ไปรษณีย์สำแดงภาษีมูลค่าเพิ่มทั้งหมดทุก 10 วัน

5.3 เยอรมนี ตามแนวปฏิบัติราชการ สามารถชำระภาษีส่วงหน้าได้ในเฉพาะกรณีพิเศษเท่านั้น โดยชำระไปยังหน่วยจัดเก็บของสำนักงานใหญ่ศุลกากรซึ่งจะออกหมายเลขกำกับไว้เป็นการเฉพาะ (XVW-Number) และระบุไว้ในใบขนสินค้า เมื่อสินค้านำเข้าถูกปล่อยให้เคลื่อนย้ายอย่างเสรี สำนักงานใหญ่ศุลกากรจะตรวจสอบกับหน่วยจัดเก็บภาษีว่า ภาษีที่ชำระมาเพียงพอกับภาษีนำเข้าทั้งหมด (ภาษีศุลกากร ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีสรรพสามิต) หรือไม่ จากนั้น จะหักภาษีจากจำนวนเงินที่ชำระมาล่วงหน้า วิธีการนี้ส่วนใหญ่ใช้กับมาตรการเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดชั่วคราวซึ่งไม่สามารถ

จัดเก็บเป็นงวด (Deferment Account) ได้ อย่างไรก็ตาม ศุลกากรเยอรมนีอนุโลมใช้วิธีการนี้ในฐานะ
ข้อยกเว้นการจัดเก็บภาษีศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่มทั้งหมด

ทั้งนี้ วิธีการจัดเก็บภาษีเป็นงวดอาจช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนและ
บริษัทขนส่งในการคำนวณและชำระภาษีแทนผู้นำเข้า

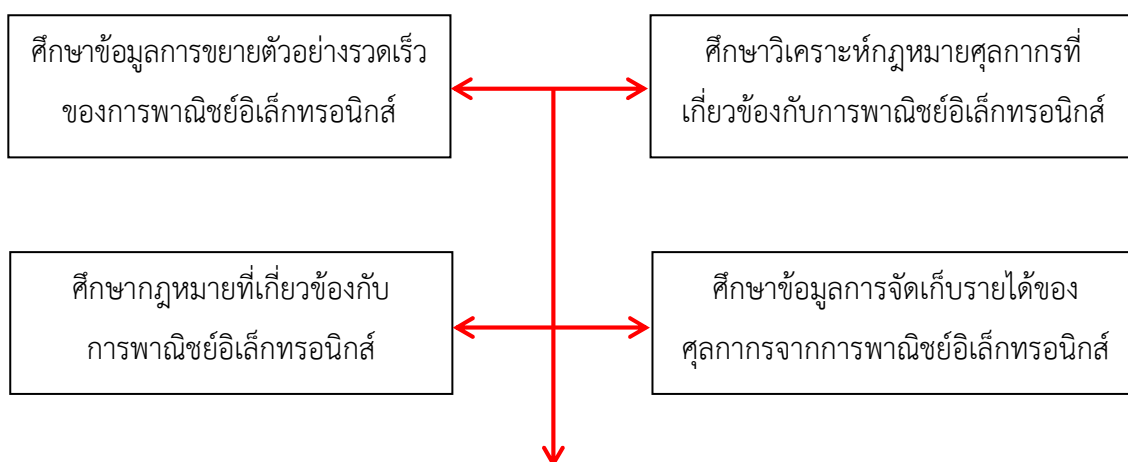
สรุป

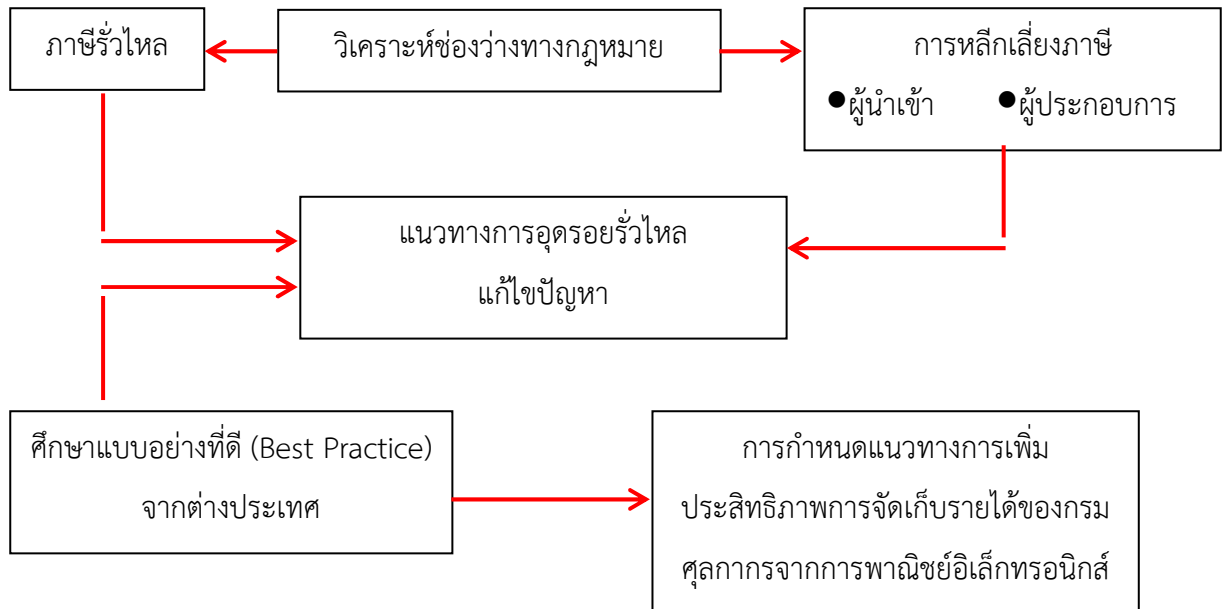
ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปใช้หลักเกณฑ์จัดเก็บภาษีโดยพิจารณาจากราคาสินค้า ไม่ใช่
จากค่าภาษีขั้นต่ำ โดยมีหลักเกณฑ์ที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับภาษีศุลกากร กล่าวคือ มูลค่าสินค้าขั้นต่ำที่จะ
ได้รับยกเว้นภาษีศุลกากร คือ 150 ยูโร แต่ในส่วนของภาษีมูลค่าเพิ่ม มูลค่าขั้นต่ำที่จะได้รับยกเว้น
ภาษีแตกต่างกันไปตามแต่ละประเทศ โดยอยู่ในช่วง 10-22 ยูโร ทั้งนี้ หากเป็นสินค้าที่ไม่มีลักษณะ
ทางการค้า ทุกประเทศสมาชิกใช้มูลค่าขั้นต่ำเดียวกันที่ 45 ยูโรสำหรับทั้งภาษีศุลกากรและ
ภาษีมูลค่าเพิ่ม

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพิธีการศุลกากรนั้น โดยหลักการ ประเทศสมาชิกอนุญาตให้เฉพาะ
ประชาชนใช้แบบฟอร์ม CN22/23 ส่วนผู้ประกอบการขนส่งอื่น ๆ (Courier) ใช้ Single Administrative
Document (SAD) โดยทั้งประชาชนและผู้ประกอบการขนส่งต้องจัดส่งเอกสารเพิ่มเติมเพื่อแสดงว่า
สินค้านั้นได้รับยกเว้นภาษีหรือไม่ เช่น ใบแจ้งราคาสินค้า บัญชีสินค้า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในทาง
ปฏิบัติยังไม่มี ความสอดคล้องกันในแต่ละประเทศสมาชิก และในบางกรณี หากมูลค่าสินค้าต่ำกว่า
De Minimis Value สำหรับภาษีมูลค่าเพิ่ม ศุลกากรบางประเทศอาจอนุญาตให้ผ่านพิธีการศุลกากร
ด้วยปากเปล่า หรือปล่อยสินค้าโดยไม่ต้องยื่นแบบฟอร์มใด ๆ

ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณาในการเปลี่ยนแปลงมูลค่าขั้นต่ำ ได้แก่ ผลกระทบต่อ
การแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรมกับผู้ประกอบการในประเทศ การอำนวยความสะดวกทางการค้า
การย้ายกิจการของผู้ประกอบการ และขีดความสามารถของศุลกากรในการจัดเก็บภาษีเอง (สำนักงาน
ที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์, ออนไลน์, 2562)

กรอบแนวคิดของการวิจัย





สรุป

1. ข้อดีของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นช่องทางการค้าที่น่าสนใจมาก เพราะนับวันก็ยังมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งส่งผลให้การค้าทางอินเทอร์เน็ตขยายตัวได้อย่างรวดเร็วและการทำธุรกิจบนเว็บไซต์นั้นสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้มากมายหลายประการได้แก่

1.1 ทำการค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมงและขายสินค้าได้ทั่วโลก นักท่องอินเทอร์เน็ตจากทั่วทุกมุมโลกสามารถเข้ามาในเว็บไซต์ของบริษัทได้ตลอดเวลาผู้ขายสามารถนำเสนอสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วโดยคำสั่งซื้ออาจเกิดขึ้นตลอด 24 ชั่วโมงและมาจากที่ต่าง ๆ กัน

1.2 ข้อมูลทันสมัยอยู่เสมอและประหยัดค่าใช้จ่าย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) นั้นมีประโยชน์ที่สำคัญมากอีกประการหนึ่งคือสามารถเสนอข้อมูลที่ใหม่ล่าสุดให้กับลูกค้าได้ทันทีซึ่งช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์เอกสารและประหยัดเวลาในการประชาสัมพันธ์

1.3 ทำงานแทนพนักงานขาย และเพิ่มประสิทธิภาพการขาย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) นั้นสามารถทำงานแทนพนักงานขายของคุณได้โดยสามารถทำการค้าในรูปแบบอัตโนมัติและดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการทางธุรกิจภายในองค์กรนั้น ๆ

1.4 แทนหน้าร้าน หรือบุทแสดงสินค้า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สามารถแสดงสินค้าที่มีอยู่ให้กับลูกค้าทั่วโลกได้มองเห็นสินค้าของคุณ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ตกแต่งหน้าร้าน หรือในการเดินทางออกไปในบุทแสดงสินค้าในที่ต่าง ๆ

1.5 เทคโนโลยีช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจยิ่งขึ้น ปัจจุบันมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาช่วยในการทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น การแสดงสินค้าโดยผู้ชมสามารถดูสินค้าได้ 180 องศา หรือลูกค้าสามารถอ่านหัวข้อของหนังสือที่ต้องการซื้อก่อนได้

1.6 ง่ายต่อการชำระเงิน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สามารถชำระเงิน ได้อย่างสะดวกสบายโดยวิธีการตัดผ่านบัตรเครดิตหรือการโอนเงินเข้าบัญชีซึ่งเป็นระบบอัตโนมัติ

1.7 เพิ่มโอกาสทางธุรกิจในโลกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) บริษัทขนาดเล็กสามารถมีโอกาสทางธุรกิจเทียบได้กับบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง เป็นต้นว่า ชื่อ URL ของบริษัทควรจะจำง่าย การออกแบบเว็บไซต์ให้สวยงามและปรับปรุงให้ทันสมัย อยู่เสมอ การสั่งซื้อและการชำระเงินมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี เป็นต้น

1.8 สร้างความประทับใจและพึงพอใจได้มากกว่า ปัจจุบันการสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง อินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายตาย สินค้าและบริการมีให้เลือกมากมายทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการ เดินทาง และเสียเวลาไปกับการค้นหาสินค้าและบริการที่ต้องการ ลูกค้าสามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการ ได้อย่างรวดเร็วที่สุด เช่น ถ้าลูกค้าต้องการซื้อเครื่องดนตรีจากเว็บไซต์ www.musicmodern.com ลูกค้า สามารถจะค้นหาสินค้าจากประเภทสินค้า หรือค้นหาตามรูปแบบที่ต้องการได้ในกรณีที่ลูกค้าสั่งสินค้า และได้ให้รายละเอียดส่วนตัวไว้ ร้านค้าสามารถบันทึก รายละเอียดของลูกค้าไว้ในฐานข้อมูลของเรา เพื่อความสะดวกของลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าครั้งต่อไป (Member System)

1.9 รู้และแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ทันที่ที่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สามารถให้บริการหลังการขาย ได้เช่นกัน โดยใช้ประโยชน์จากอีเมลในการติดต่อลูกค้าการสร้าง แบบสอบถามลูกค้าเพื่อสอบถาม ความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการทำให้ร้านค้าสามารถนำข้อมูล เหล่านี้มาแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นและทันที่

2. ข้อเสียของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

- 2.1 ต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ
- 2.2 ประเทศของผู้ซื้อและผู้ขายจำเป็นต้องมีกฎหมายรองรับอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2.3 การดำเนินการด้านภาษีต้องชัดเจน
- 2.4 ผู้ซื้อและผู้ขายจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานในเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

บทที่ 3

การจัดเก็บภาษีอากรและบทบาทหน้าที่ของกรมศุลกากร ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

กล่าวนำ

กรมศุลกากร เป็นส่วนราชการในสังกัดกระทรวงการคลัง มีภารกิจเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีอากรจากการนำเข้าสินค้าและส่งออก การป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดทางศุลกากร โดยดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร กฎหมายว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากร และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเสนอแนะนโยบายการจัดเก็บภาษีอากรต่อกระทรวง การส่งเสริมและการสนับสนุนการผลิตและการส่งออก และการปกป้องผลประโยชน์ของประเทศและประชาชน อีกทั้งยังมีหน้าที่จัดเก็บภาษีแทนหน่วยงานจัดเก็บภาษีอื่น ๆ เช่น เก็บภาษีมูลค่าเพิ่มแทนกรมสรรพากร เก็บภาษีสรรพสามิตแทนกรมสรรพสามิต เป็นต้น

ความหมายของภาษีอากร

คำนิยามของคำว่า “ภาษีอากร” (Tax) ในทางเศรษฐศาสตร์นั้น โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง กล่าวคือ

1. แนวทางของการบังคับจัดเก็บ หมายถึง “ภาษี” คือสิ่งที่รัฐบาลบังคับจัดเก็บจากราษฎร และนำมาใช้เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมโดยมิได้มีสิ่งตอบแทนโดยตรงแก่ผู้เสียภาษี ภาษีที่รัฐบาลจัดเก็บได้จากประชาชนจะเป็นลักษณะของการบังคับเก็บจากรายได้ สิ่งของผลประโยชน์ หรือบริการจากตัวผู้เสียภาษี โดยตัวผู้เสียภาษีไม่ได้รับประโยชน์จากรัฐบาล เช่น การป้องกันประเทศ การสวัสดิการสังคม เป็นต้น
2. แนวทางการเคลื่อนย้ายทรัพยากรจากภาคเอกชนไปสู่ภาครัฐบาล หมายถึง ทรัพยากรที่เคลื่อนย้ายจากภาคเอกชนไปสู่ภาครัฐบาล ยกเว้นการกู้ยืม การขายสินค้า หรือบริการในราคาทุนของรัฐบาล เมื่อรัฐบาลเก็บภาษีไปใช้จ่ายในกิจการรัฐ ทรัพยากรที่จะมีหรือไว้ใช้ในภาคเอกชนย่อมต้องลดลง ซึ่งจะมีผลกระทบต่อการบริโภค การออมและการลงทุนของเอกชน

จากคำนิยามดังกล่าวข้างต้น สรุปประเด็นสำคัญเกี่ยวกับ “ภาษีอากร” ได้ดังนี้

1. ภาษีอากรมีลักษณะการบังคับจัดเก็บจากประชาชนผู้เสียภาษีในรูปของภาษีทางตรง (Direct Tax) และภาษีทางอ้อม (Indirect Tax)

2. ภาษีอากรมีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรจากภาคเอกชนไปสู่ภาครัฐบาล เพื่อนำไปใช้จ่ายในกิจการของรัฐบาลเพื่อพัฒนาประเทศ
3. ภาษีอากรเป็นเครื่องมือทางการคลังในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และมาตรการกระตุ้น

4. ภาษีอากรไม่มีผลตอบแทนโดยตรงต่อประชาชนผู้เสียภาษี ถือเป็นหน้าที่ตามกฎหมายที่พึงปฏิบัติ
5. ภาษีอากรไม่จำเป็นต้องเรียกเก็บเป็นเงินสดเสมอไป

ความสำคัญของภาษีอากร

ภาษีอากรที่จัดเก็บมีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาประเทศชาติ นำไปหล่อเลี้ยงประเทศไทยและนำไปใช้เพื่อบำบัดทุกข์บำรุงสุขของประชาชน กรมศุลกากรเป็นหน่วยงานจัดเก็บภาษีที่มียอดจัดเก็บน้อยที่สุดในบรรดา 3 กรมภาษีซึ่งรองลงมาจากกรมสรรพากร และกรมสรรพสามิต ตามลำดับ โดยภาษีอากรมีความสำคัญ

1. ภาษีอากรเป็นรายได้หลักของรัฐ ภาษีอากรเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่สุดของรัฐ เพื่อรัฐจะได้นำไปใช้จ่ายในการบริหารและพัฒนาประเทศในด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง
2. ภาษีอากรช่วยชำระหนี้สิน ประเทศด้วยพัฒนาจำเป็นต้องกู้เงินจากแหล่งเงินกู้จากในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำมาลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจและเพื่อพัฒนาประเทศในโครงการต่าง ๆ เช่น การสร้างเขื่อน สร้างถนน เป็นต้น รัฐจึงจำเป็นต้องเก็บภาษีอากรเพื่อนำไปชำระหนี้สินที่กู้ยืมมา
3. ภาษีอากรเป็นเครื่องมือทางนโยบายธุรกิจ รัฐสามารถใช้ภาษีอากรเป็นเครื่องมือสนับสนุนหรือจำกัดการลงทุนในธุรกิจบางประเภทได้ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น การยกเว้นภาษี บางประเภทในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เพื่อเป็นการส่งเสริมการลงทุน หรือกำหนดอัตราภาษีขาเข้าสำหรับสินค้าบางประเภทให้สูงขึ้น เพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมภายในประเทศ เป็นต้น ทางการคลังในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และมาตรการกระตุ้น
4. ภาษีอากรเป็นเครื่องมือทางนโยบายการคลัง ซึ่งถือว่าเป็นบทบาทที่สำคัญโดยเฉพาะในภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน รัฐสามารถใช้มาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและบรรเทาผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจได้ในระดับหนึ่ง
5. ภาษีอากรช่วยในการควบคุม (Regulatory Taxation) ทุกคนต้องเสียภาษีให้แก่รัฐอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ภาษีอากรจึงมีส่วนในการควบคุมการอุปโภค บริโภค โดยปริยาย เพราะรายได้ส่วนหนึ่ง ถูกกันไว้เพื่อเสียภาษี
6. ภาษีอากรเพื่อการกระจายรายได้ (Taxation for Income Distribution) เป็นภารกิจของรัฐบาลที่ต้องพยายามลดความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ (Inequality of Income) ให้น้อยลง เช่น การใช้นโยบายภาษีโดยการจัดเก็บภาษีในอัตราก้าวหน้า (Progressive Rate) คือ ผู้มี

รายได้มากต้องเสียภาษีมาก ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจแล้ว ยังช่วยลดช่องว่างระหว่างคนรวยกับคนจนด้วย ทั้งนี้อาจกระทำได้ 3 วิธี ได้แก่

- 6.1 กระจายรายได้จากคนรวยไปสู่คนจน โดยการเก็บภาษีคนรวยในอัตราสูงกว่าคนจน
- 6.2 กระจายรายได้จากผู้ที่มีความสุขภาษีไปยังคนเจ็บป่วย หรือจากคนที่อยู่ในวัยทำงานไปสู่คนชราและเด็ก โดยเก็บภาษีจากคนที่อยู่ในวัยทำงาน และสุขภาพดีไปจัดสรรให้กับผู้ป่วย คนชรา และเด็กอีกต่อหนึ่ง
- 6.3 กระจายรายได้จากภูมิลำเนาหรือท้องถิ่นที่อุดมสมบูรณ์ไปยังท้องถิ่นที่ทุรกันดาร โดยการเก็บภาษีท้องถิ่นที่มีคนร่ำรวยอาศัยอยู่มากในอัตราสูง แล้วจัดสรรเงินรายได้ไปพัฒนาท้องถิ่นที่ยังไม่เจริญ

ความสำคัญของภาษีอากรในด้านอื่น ๆ

1. ภาษีอากรช่วยคุ้มกันและพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศ อีกทั้งยังส่งเสริมหรือจำกัดการบริโภค เช่น หากเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย รัฐบาลจะจัดเก็บอากรขาเข้าในอัตราค่อนข้างสูงเพื่อให้ประชาชนบริโภคน้อยลง ถ้าเป็นสินค้าที่มีประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์การศึกษาและกีฬา การเกษตรกรรม เป็นต้น รัฐบาลจะจัดเก็บอากรขาเข้าในอัตราที่ต่ำ
2. ภาษีอากรช่วยในการควบคุมคุณภาพในทางสังคม (Social Control) ดังเช่น การเก็บภาษีจากสุรา เบียร์หรือบุหรี่ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่อันตรายต่อสุขภาพของประชาชนในสังคม แต่รัฐไม่สามารถห้ามขายได้ ก็อาจเก็บภาษีเพื่อทำให้สุรา เบียร์และบุหรีมีราคาที่สูงขึ้นเพื่อลดกำลังการซื้อของประชาชน จำนวนความต้องการก็มีแนวโน้มที่อาจจะลดลง เป็นต้น
3. ภาษีอากรช่วยในการควบคุมสภาพแวดล้อม (A Pollution Tax) เป็นแนวโน้มของภาษีประเภทใหม่ของโลกก็ได้ โดยมีแนวคิดจากการที่ประชาชนซื้อสินค้าตามราคาจากผู้ขายตั้ง เมื่อขายได้ผู้ขายก็จะมีการซึ่งได้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการผลิตไปแล้ว แต่จะอย่างไร หากผู้ขายสร้างมลพิษหรือทำลายสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น เช่น ปล่อยของเสียออกมาในกระบวนการผลิต แล้วจะปล่อยให้ความเสียหายดังกล่าวเป็นค่าใช้จ่ายของประชาชนเพียงด้านเดียวซึ่งไม่ถูกต้อง ในเมื่อผู้ขายได้กำไรจากการขายสินค้านั้นโดยตรง ความคิดนี้จึงเป็นเหตุผลสนับสนุนให้มีการจัดเก็บภาษีจากผู้ผลิตหรือผู้ขาย สำหรับการสร้างมลพิษดังกล่าว

วัตถุประสงค์ในการจัดเก็บภาษีอากร

1. การเก็บภาษีเพื่อควบคุมหรือส่งเสริมพฤติกรรมทางเศรษฐกิจรัฐบาลสามารถใช้ภาษีอากรเป็นเครื่องมือในการควบคุมการบริโภค การผลิตหรือวิธีการดำเนินการธุรกิจบางชนิดเพื่อมิให้

เกิดผลเสียหายต่อเศรษฐกิจโดยรวมได้ เช่น เมื่อรัฐบาลต้องการให้ประชาชนลดการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยหรือสินค้าที่มีผลเสียต่อสุขภาพหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน รัฐบาลก็อาจใช้วิธีเก็บภาษีในอัตราสูงเพื่อให้สินค้านั้นมีราคาแพงประชาชนจะได้ลดการบริโภคหรือหากรัฐบาลเห็นควรลดการผลิตสินค้าบางชนิดลง รัฐบาลก็อาจใช้วิธีเก็บภาษีสินค้าชนิดนั้นในอัตราสูงราคาสินค้าก็จะสูงขึ้นการซื้อสินค้าก็จะลดน้อยลงทำให้ผู้ผลิตลดการผลิตลงไปได้นอกจากนี้การเก็บภาษียังอาจใช้เพื่อส่งเสริมการบริโภคการผลิต หรือวิธีดำเนินธุรกิจบางชนิดได้เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรแก่ผู้ได้รับส่งเสริมการลงทุน เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการลงทุนมากขึ้นหรือการขึ้นอากรขาเข้าเพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมบางประเภทในประเทศหรือการคืนหรือชดเชยค่าภาษีอากรสำหรับสินค้าส่งออกเพื่อกระตุ้นให้มีการส่งออกมากขึ้น เป็นต้น

2. การเก็บภาษีเพื่อการกระจายรายได้และทรัพย์สินให้เป็นธรรม รัฐบาลจึงต้องกระจายรายได้และทรัพย์สินในสังคมให้เป็นธรรมเพื่อให้ประชาชนมีรายได้และทรัพย์สินไม่แตกต่างกัน ความเหลื่อมล้ำต่ำสูงจะไม่เกิดขึ้น ซึ่งในการนี้รัฐบาลอาจใช้มาตรการทางภาษีในอัตราสูง หรือผู้ใดมีทรัพย์สินมากก็เก็บภาษีจากผู้นั้นในอัตราสูง หรือสินค้าใดเป็นของฟุ่มเฟือยที่ไม่จำเป็นก็เก็บภาษีในอัตราสูง เป็นต้น การเก็บภาษีมรดกก็เป็นมาตรการหนึ่งที่จะทำให้การกระจายรายได้ และทรัพย์สินเป็นไปอย่างเป็นธรรม เพราะการได้รับมรดกทำให้ได้เปรียบกว่าบุคคลอื่นที่ไม่ได้รับมรดก ก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในทางเศรษฐกิจและสังคมเมื่อมีการเก็บภาษีมรดกก็จะทำให้ความได้เปรียบนั้นน้อยลง ช่วยให้เกิดความเท่าเทียมกันในทางเศรษฐกิจและสังคมได้

3. การเก็บภาษีเพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ รัฐบาลมีหน้าที่รักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ คือ ทำให้การจ้างของประเทศอยู่ในอัตราที่สูงรักษาระดับสินค้าทั่วไปให้อยู่ในระดับค่อนข้างคงที่ คือ ไม่ให้เกิดภาวะเงินเฟ้อและเงินฝืดและรักษาดุลการชำระเงินให้มีเสถียรภาพ เพราะหากดุลการค้าขาดดุลมาก ๆ เงินทุนสำรองระหว่างประเทศจะลดลงและค่าเงินบาทจะอ่อนตัวลง ทำให้เงินบาทแลกเปลี่ยนตราต่างประเทศได้น้อยลง การรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจนี้ รัฐบาลอาจใช้มาตรการทางภาษีอากรเป็นเครื่องมือได้เช่นหากเกิดภาวะเงินเฟ้อ เพราะมีอุปสงค์รวมมากกว่าอุปทานรวมเนื่องจากประชาชนมีอำนาจซื้อจากรัฐบาลก็อาจลดอุปสงค์รวมได้โดยการเก็บภาษีเงินได้ให้มากขึ้นการเก็บภาษีเป็นการดึงอำนาจซื้อจากประชาชนเข้ามาเก็บไว้ในมือรัฐบาล เมื่อประชาชนมีรายได้ลดลงเพราะต้องเสียภาษีสูงก็จะลดการบริโภค ทำให้อุปสงค์รวมลดลง เป็นผลให้ลดแรงกดดันของเงินเฟ้อได้ หรือในเวลาที่ดินการชำระเงินขาดดุลมาก เงินทุนสำรองระหว่างประเทศลดลงจนน่าเป็นห่วงรัฐบาลก็อาจขึ้นอัตราภาษีศุลกากรสำหรับสินค้านำเข้าเพื่อให้สินค้านำเข้ามีราคาสูงเป็นการลดการบริโภคที่ต้องสั่งเข้ามาจากต่างประเทศ วิธีนี้จะทำให้ความจำเป็นต้องใช้จ่ายตราต่างประเทศลดลงและเงินไม่ไหลออกนอกประเทศมากเกินไปเป็นการลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินได้ ส่วนเครื่องมือทางภาษีทางตรงนั้นรัฐบาลก็อาจทำได้

โดยการยกเว้นภาษีเงินได้ที่เก็บจากดอกเบี้ยเงินกู้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศซึ่งจะทำให้ผู้กู้ได้รับผลตอบแทนสุทธิสูงขึ้นและค่าใช้จ่ายสุทธิผู้กู้ลดลงทำให้มีการกู้เงินตราต่างประเทศเข้ามามากเป็นการผ่อนคลายภาวะความตึงเครียดทางด้านทุนสำรองระหว่างประเทศอันเกิดจากการขาดดุลการชำระเงินลงไปได้ เศรษฐกิจก็จะมีเสถียรภาพขึ้นโครงสร้างของภาษีอากร

ลักษณะภาษีอากรที่ดี

ในการจัดเก็บภาษีอากรนั้นรัฐต้องคำนึงถึงลักษณะของภาษีอากรว่าจะมีความเป็นธรรมเหมาะสมและก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งฝ่ายรัฐบาลการจัดเก็บและฝ่ายผู้เสียภาษีอากรให้มากที่สุด ดังนั้นลักษณะของภาษีอากรที่ดีนั้นต้องประกอบด้วย

1. หลักความยุติธรรมหรือหลักความเป็นธรรม (Equity) ซึ่งสามารถแสดงออกให้เห็นโดยการที่รัฐได้แบ่งภาระภาษีให้กับประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีอย่างเป็นธรรมหลักการดังกล่าวเป็นหัวใจของระบบภาษีอากรที่ดี ถ้าหากระบบภาษีอากรมีความยุติธรรมหรือเป็นธรรมแล้วก็จะนำไปสู่ความยินยอมเสียภาษีโดยสมัครใจของผู้เสียภาษี อดัม สมิท ได้สนับสนุนให้ใช้อัตราภาษีแบบคงที่เป็นเครื่องกำหนดความสามารถและไม่สนับสนุนให้มีการยกเว้นหรือให้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหนึ่งบุคคลใด ทั้งนี้เพื่อต้องการเปิดโอกาสให้บุคคลทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกันการเลือกประกอบอาชีพได้โดยเสรีจากหลักความยุติธรรมดังกล่าวนี้ถือได้ว่าเป็นการสนับสนุนลัทธิเศรษฐกิจเสรีนิยมอย่างหนึ่งโดยให้มีการแทรกแซงของรัฐบาลน้อยที่สุด

2. หลักความแน่นอน (Certainty) คือ จะต้องมีการกำหนดภาระภาษีอากรให้ประชาชนทราบล่วงหน้าว่าจะต้องเสียภาษีเป็นจำนวนเท่าใด จะต้องเสียเมื่อใด และจะต้องเสียด้วยวิธีใด หรือภาษีอากรที่ดีที่เรียกเก็บนั้นต้องมีความชัดเจนในแง่ของบุคคลผู้ที่ต้องเสียภาษีอัตราภาษี กำหนดเวลาการเสียภาษี และในเงื่อนไขอื่น ๆ ด้วย

3. หลักความเป็นกลาง (Neutrality) หมายถึง ระบบภาษีอากรที่มีโครงสร้างเป็นกลางในทางเศรษฐกิจมากที่สุด ไม่เปลี่ยนแปลง หรือกระทบกระเทือนรูปแบบการบริโภคหรือการออมการแข่งขันผลิตสินค้าและบริการของผู้ผลิตตลอดจนการทำงานของกลไกตลาด ทั้งนี้เพื่อให้กลไกตลาดสามารถทำหน้าที่ในการจัดสรรทรัพยากรไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. หลักอำนาจรายได้ (Productivity) หมายถึง ภาษีอากรที่ดีจะต้องเป็นภาษีที่สามารถทำรายได้สูงให้กับรัฐบาล จึงควรประกอบด้วยภาษีอากรน้อยประเภทแต่ภาษีอากรแต่ละประเภทต้องสามารถทำรายได้ให้กับรัฐบาลสูงในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจทุกรูปแบบโดยมีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ

4.1 จะต้องเป็นภาษีอากรที่มีฐานกลาง กล่าวคือจะต้องครอบคลุมจำนวนผู้เสียภาษีอากรจำนวนมากและขณะเดียวกันฐานภาษีที่ใช้เรียกเก็บภาษีจากผู้เสียภาษีอากรแต่ละรายต้องมีขนาดใหญ่ด้วยภาษีอากรที่กว้างเช่นนี้จะทำรายได้ให้กับประเทศได้สูงโดยไม่จำเป็นต้องใช้อัตราภาษีที่สูงเท่าใดนัก ตัวอย่างเช่น ภาษีเงินได้ เป็นต้น

4.2 อัตราที่ใช้หากเป็นอัตราภาษีลักษณะก้าวหน้า เมื่อฐานภาษีขนาดใหญ่ขึ้นจะทำให้รัฐบาลได้รับรายได้ภาษีอากรมากขึ้นในสัดส่วนที่สูงกว่าการขยายตัวของฐานภาษีปัจจุบันภาษีที่น่าจะอำนวยความสะดวกให้กับรัฐบาลไทยได้มาก คือภาษีมรดก เป็นต้น

ซึ่งเป็นภาษีที่เป็นฐานกว้างและเป็นภาษีที่จะสร้างรายได้ให้กับรัฐบาลได้อย่างสม่ำเสมอและตลอดไป

5. หลักความยืดหยุ่น (Flexibility/Elastic) หมายถึง ภาษีอากรที่ดีควรจะเป็นเครื่องมือในการช่วยบรรลุดุลประสงค์ในการรักษาเสถียรภาพในทางเศรษฐกิจด้วย คือสามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงในทางเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดีและเหมาะสม ซึ่งโดยทั่วไปจะเป็นโครงสร้างที่มีอัตราภาษีแบบก้าวหน้า เช่น ภาษีเงินได้บุคคล เป็นต้น

6. หลักประสิทธิภาพในการบริหาร (Administrative Efficiency) หมายถึง ภาษีอากรที่ดีต้องทำให้รัฐสามารถบริหารการจัดเก็บได้อย่างมีประสิทธิภาพเสียค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ (Collection cost) น้อยที่สุดซึ่งค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บนั้นนับว่าเป็นความสูญเปล่าในทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ เพราะการจัดเก็บภาษีเป็นเพียงการโอนทรัพยากรจากภาคเอกชนมาสู่ภาครัฐบาลโดยมิได้ก่อให้เกิดรายได้หรือผลผลิตของประเทศแต่อย่างใด

หลักการจัดเก็บภาษีในทัศนะของ อัดัม สมิธ (Adam Smith)

1. ความเป็นกลางทางเศรษฐกิจ คือไม่มีส่วนในการเข้าแทรกแซงกลไกการตลาด
2. หลักการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ภาษีอากรอาจใช้เป็นเครื่องมือในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญอันหนึ่งของการบริหารประเทศ
3. หลักการยอมรับได้ของสังคม หากประชาชนให้ความร่วมมือในการเสียภาษีดีแล้วการจัดเก็บจะง่ายขึ้น ภาษีจึงควรมีลักษณะที่เป็นที่ยอมรับของประชาชน
4. หลักการบังคับใช้ได้ ภาษีที่นำมาใช้นั้นต้องสามารถบังคับจัดเก็บได้ หลักความยืดหยุ่นได้ ภาษีที่ดีต้องสามารถปรับแก้ไขให้เข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจได้ตามความจำเป็น

หลักการอำนวยการรายได้ภาษีที่จัดเก็บต้องก่อให้เกิดรายได้แก่รัฐมากพอ มีฐานกว้างและขยายตัวตามภาวะเศรษฐกิจ

ระบบภาษีอากรที่ดีในมุมมองของผู้จัดเก็บ

ภาษีอากรเป็นสิ่งที่รัฐบังคับจัดเก็บจากประชาชนและถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจ ดังนั้น เพื่อให้รัฐสามารถจัดเก็บรายได้เพียงพอ มีประสิทธิภาพและเพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีในการจัดเก็บภาษีอากรต่อผู้เสียภาษี จึงควรมีระบบภาษีอากรที่ดีซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

1. มีความเป็นธรรม การจัดเก็บภาษีอากรที่ดีต้องสร้างความยุติธรรมเท่าเทียมให้กับผู้เสียภาษี โดยภาษีที่ดีต้องจัดเก็บจากความสามารถในการเสียภาษีของผู้มีเงินได้ ฐานะ สภาพความเป็นอยู่ หรือการได้รับผลประโยชน์หรือการบริการจากรัฐ นอกจากนี้ในการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีอากรก็จำเป็นต้องให้ความเท่าเทียมกับผู้เสียภาษีทุกคน มิฉะนั้นแล้วก็อาจจะก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมและการหลีกเลี่ยงการเสียภาษี

2. มีความสะดวก เพื่อสร้างความสมัครใจในการเสียภาษีและเพื่อมิให้การจัดเก็บภาษีเป็นการสร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้เสียภาษี ในการจัดเก็บภาษีอากร รัฐจึงควรจัดให้มีการอำนวยความสะดวกแก่ผู้เสียภาษีในด้านต่าง ๆ เช่น การให้บริการในความรู้ ข้อกฎหมาย ระเบียบแนวปฏิบัติกรให้คำปรึกษา แนะนำการกรอกแบบแสดงรายการ กำหนดเวลาและสถานที่ในการยื่นแบบแสดงรายการภาษี เป็นต้น

3. ความแน่นอน การจัดเก็บภาษีต้องมีความชัดเจนและแน่นอนโดยเฉพาะในด้านข้อกฎหมาย ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เสียภาษีปฏิบัติและเสียภาษีถูกต้อง อันจะเป็นการจัดปัญหาต่าง ๆ และเป็น การสร้างความมั่นใจในการลงทุนให้แก่ผู้ประกอบการเพิ่มเติม

4. ความประหยัด การจัดเก็บภาษีที่ดีต้องไม่เป็นการเพิ่มภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายให้กับผู้เสียภาษี นอกจากเงินภาษีที่ผู้เสียภาษีต้องชำระแล้ว นอกจากนี้ในส่วนของภาครัฐการจัดเก็บภาษี ก็ควรต้องมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บต่ำ ทั้งนี้ เพื่อให้รัฐมีรายได้จากการจัดเก็บภาษีเพียงพอและนำไปใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ มากขึ้น

5. ความเป็นกลางทางเศรษฐกิจ การจัดเก็บภาษีอากรที่ดีจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อกลไกตลาดหรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการผลิตหรือการบริโภคของผู้เสียภาษี ทั้งนี้ เนื่องจากจะทำให้ธุรกิจมีการใช้ทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพ อันจะก่อให้เกิดการสูญเสียทางเศรษฐกิจ

6. ระบบภาษีที่ดีต้องสามารถอำนวยการรายได้ รัฐบาลจำเป็นต้องนำรายได้ จากภาษีอากรไปเพื่อการใช้จ่ายและพัฒนาประเทศ ดังนั้น การจัดเก็บภาษีอากรที่ไม่สามารถให้รัฐมีรายได้เพิ่มขึ้น จึง

ไม่สมควรนำมาใช้บังคับจัดเก็บ ทั้งนี้ เนื่องจากจะเป็นภาระผู้เสียภาษีแล้วรัฐยังไม่สามารถนำรายได้จากการจัดเก็บไปใช้ได้เพียงพออีกด้วย

7. มีความยืดหยุ่น ภาษีที่จัดเก็บต้องมีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปได้ โดยหากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ การจัดเก็บภาษีควรไม่เป็นการเพิ่มภาระให้กับประชาชนผู้เสียภาษี ซึ่งมีรายได้น้อยในขณะนั้น และหากภาวะเศรษฐกิจเจริญรุ่งเรือง ระบบภาษีที่ดีควรจัดเก็บรายได้ให้กับรัฐเพิ่มขึ้นในขณะที่ประชาชนมีรายได้สูงขึ้นในขณะนั้น

8. สามารถบังคับใช้ได้ กฎหมายภาษีอากรที่ใช้ในการจัดเก็บต้องสามารถนำไปปฏิบัติได้ แม้ว่า เป็นภาษีที่ดีในทางทฤษฎี แต่ในทางปฏิบัติหากการจัดเก็บกระทำได้ยากก็อาจก่อให้เกิดภาระรวมทั้งต้นทุนในการบริหารการจัดเก็บภาษีอากร

ในทางปฏิบัตินั้นการจะยึดหลักการภาษีใดนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงความเหมาะสมแก่สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมประกอบด้วยเสมอ

การจัดหารายได้ของรัฐโดยการจัดเก็บภาษีอากร

ในการจัดหารายได้ของรัฐบาลไทยในหลาย ๆ ปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่มาจากการจัดเก็บภาษี ส่วนรายได้จากการขายสิ่งของและบริการ รายได้จากรัฐพาณิชย์ และรายได้อื่นนั้นไม่มีมากนัก ดังนั้น การที่จะจัดหารายได้จากการจัดเก็บภาษีอย่างไรจึงจะเป็นประโยชน์ต่อรัฐบาลและประชาชนมากที่สุดจำเป็นต้องมีหลักการและวิธีการที่ดีและเป็นที่ยอมรับ

แล้วเมื่อก้าวถึงภาษีจะเป็นที่เข้าใจตรงกันว่า “เป็นเงินหรือสิ่งของอื่นที่รัฐหรือสถาบันปฏิบัติหน้าที่เทียบเท่ารัฐเรียกเก็บจากผู้เสียภาษี ซึ่งอาจเป็นปัจเจกบุคคลหรือนิติบุคคลก็ได้กฎหมายมีบทลงโทษผู้ที่ไม่เสียภาษี ระบอบต่ำกว่ารัฐ (Sub-National Entity) จำนวนมากยังมีการเรียกเก็บภาษีเช่นกันเช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดเก็บภาษีประเภทต่าง ๆ ภาษีประกอบด้วย ภาษีทางตรงและภาษีทางอ้อม และอาจจ่ายเป็นรูปตัวเงินหรือการใช้แรงงานที่เทียบเท่า (มักเป็นการใช้แรงงานที่ไม่มีค่าตอบแทน แต่ไม่เสมอไป)

อาจนิยามภาษีได้ว่า “ภาระที่เป็นตัวเงินซึ่งตกแก่ปัจเจกบุคคลหรือเจ้าของทรัพย์สินเพื่อสนับสนุนรัฐบาล เป็นการชำระซึ่งเรียกเอาจากองค์การใช้อำนาจนิติบัญญัติ ภาษี “มิใช่การจ่ายด้วยใจสมัครหรือการบริจาค แต่เป็นการอุดหนุนที่ถูกต้องบังคับ โดยเรียกเอาจากองค์การใช้อำนาจนิติบัญญัติ” และเป็น “การอุดหนุนใด ๆ ซึ่งรัฐบาลเรียกเก็บ” ไม่ว่าจะอยู่ในรูปค่าผ่านทาง บรรณาการ ภาษีผู้เช่า (Tall Age) ภาษีสรรพสามิต ภาษีนำเข้า ภาษีศุลกากร เงินอุดหนุน เป็นต้น

สำหรับระบบการเก็บภาษีสมัยใหม่ ภาษีจะเก็บในรูปแบบเงิน ในอดีตอาจจัดเก็บแต่ภาษีอย่างเดียวกัน (In-Kind) และแรงงานเกณฑ์ (Corvée) ซึ่งเป็นลักษณะของการจัดเก็บภาษีในรัฐและท้องถิ่นโบราณหรือก่อนทุนนิยม กรณีของไทยกรมสรรพากร กรมสรรพสามิต และกรมศุลกากร ซึ่งเป็น 3 กรมจัดเก็บภาษี หากผู้มีหน้าที่เสียภาษีไม่จ่ายภาษีเต็มจำนวน อาจมีการกำหนดบทลงโทษทางแพ่ง (เช่น การปรับหรือการริบทรัพย์) หรือทางอาญา (เช่น การกักขัง) ต่อปัจเจกบุคคลหรือนิติบุคคลนั้น

การจัดเก็บภาษีศุลกากรของกรมศุลกากร

ภาษีศุลกากร เป็นการเก็บภาษีจากการนำเข้าสินค้า เพื่อเป็นกำแพงภาษี และเก็บภาษีจากการส่งออก ทั้งนี้เพื่อป้องกันอุตสาหกรรมในประเทศและส่งเสริมการส่งออกซึ่งปัจจุบันนี้ ภาษีศุลกากรจะเริ่มมีความสำคัญน้อยลง เนื่องจากทั่วโลกกำลังเปิดการค้าเสรี

กรมศุลกากรมีหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีอากรหลายประเภทจากการนำเข้าสินค้าเข้าหรือส่งออก ได้แก่

1. อากรศุลกากรตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร
2. ภาษีสรรพสามิตแทนกรมสรรพสามิต
3. ภาษีเพื่อมหาดไทยแทนกระทรวงมหาดไทย
4. ภาษีมูลค่าเพิ่มแทนกรมสรรพากร และ
5. ภาษีอากรอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย เช่น อากรพิเศษตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการ

การทุ่มตลาด

นอกจากนี้กรมศุลกากรยังมีหน้าที่ในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ตามกฎหมาย อันได้แก่

1. ค่าธรรมเนียมตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร
2. ค่าธรรมเนียมพิเศษตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน
3. ค่าธรรมเนียมพิเศษกระทรวงพาณิชย์ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งออกไปนอกและการนำเข้าในราชอาณาจักร
4. ค่าธรรมเนียมประกาศตามกฎหมายว่าด้วยการเดินเรือในน่านน้ำไทย

ประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีอากร

ถ้าหากประเทศใดมีการจัดเก็บภาษีที่มีประสิทธิภาพแล้วนั้นหมายถึงประสิทธิภาพการผลิตโดยรวมของประเทศ การจัดเก็บภาษีถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่รัฐบาลทุกประเทศทั่วโลก

นำมาใช้เพื่อสร้างรายได้และนำไปใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาประเทศ สำหรับประเทศไทยผลจากกระแสทุนนิยมและโลกาภิวัตน์ รวมถึงวิกฤตเศรษฐกิจโลก ทำให้ภาครัฐขาดความสามารถในการบริหารจัดการ ภาคเอกชนประสบกับปัญหาขาดทุน หลายกิจการต้องล้มเลิก ภาคประชาชนประสบปัญหาการว่างงานสูง อัตราการส่งออกลดลง เศรษฐกิจอยู่ในภาวะชะงักงันและภาวะเศรษฐกิจตกต่ำขาดสภาพคล่องของธุรกิจ ประสบการณ์เหล่านี้จำเป็นที่รัฐบาลจะต้องมีบทบาทโดยใช้นโยบายการคลังที่สำคัญ คือการจัดเก็บภาษีจากภาคประชาชนและภาคเอกชน ซึ่งเมื่อรัฐบาลจัดเก็บภาษีได้มากขึ้นเพียงใดนั้นก็ต้องตระหนักว่าทรัพยากรมีความเคลื่อนย้ายจากภาคเอกชนมาสู่ภาครัฐมากขึ้นเท่านั้น นั่นหมายถึงประสิทธิภาพในการผลิตของประเทศก็จะลดลงตามลำดับ การศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการวัดประสิทธิภาพจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่ง

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้วัดประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่นิยมใช้มี 3 เกณฑ์ด้วยกัน ได้แก่

1. ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษี (Cost of Collection) ตามทัศนะของ Adam Smith เห็นว่าลักษณะของภาษีที่ดีควรจะยึดหลักประหยัด กล่าวคือมีค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีต่ำไม่ใช่ว่าจัดเก็บภาษีได้จำนวนมาก แต่มีค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีเป็นจำนวนมาก ดังนั้น เมื่อนำมาพิจารณาแล้วก็จะทำให้มีรายได้สุทธิจากการจัดเก็บภาษีลดลง ก็เป็นสิ่งที่ไม่ดีต่อการจัดเก็บภาษี เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นโดยไม่จำเป็นก็จะเป็นภาระแก่ประชาชน เนื่องจากภาษีที่จัดเก็บได้นั้นมาจากประชาชน เมื่อประชาชนเสียภาษีเพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษี ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าที่สูงขึ้น อาจจะทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อที่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมได้ นอกจากนี้แล้วการจัดเก็บภาษีนั่นจะส่งผลต่อการเคลื่อนย้ายทรัพยากรจากภาคเอกชนมาสู่ภาครัฐ จึงอาจจะส่งผลโดยรวมต่อประสิทธิภาพการผลิตของประเทศลดน้อยลงตามไปด้วย

อนึ่งในการพิจารณาเรื่องค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีนี้อาจจะนำเกณฑ์อื่น ๆ มาประยุกต์ใช้ประกอบการพิจารณาเพื่อพิจารณาในเรื่องนี้โดยอาศัยเกณฑ์เรื่องต้นทุนต่อหน่วย เช่น ค่าใช้จ่ายต่อบุคลากร 1 คน ค่าใช้จ่ายต่อ 1 หน่วยงาน เป็นต้น โดยอาจจะมีการเปรียบเทียบกับช่วงเวลาหนึ่ง ๆ เพื่อพิจารณาแนวโน้มว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง

มีข้อจำกัดในการใช้เกณฑ์เรื่องนี้ที่จะต้องพึงสังวรหรือตระหนัก ก็คือ บ่อยครั้งถ้าหากพิจารณาด้านค่าใช้จ่ายเรื่องนี้อย่างเดียวก็อาจจะผิดพลาดได้ เนื่องจากการที่มีค่าใช้จ่ายต่ำก็อาจจะเนื่องมาจากสาเหตุหลายประการ เช่น ลดจำนวนเจ้าพนักงานที่จัดเก็บภาษี หรืออาจจะลดค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการอื่น ๆ เป็นต้น ดังนั้นการดำเนินการดังกล่าวก็อาจจะส่งผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจ (Morale) ของบุคลากรได้ และจะส่งผลต่อภาษีที่จัดเก็บได้อีกด้วย

2. ค่าใช้จ่ายของผู้เสียภาษีในการปฏิบัติตามกฎหมาย (Compliance Cost) ตามหลักการข้อนี้ยึดหลักว่าภาษีที่ดีมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีสูง ควรเป็นภาษีที่ผู้เสียภาษีเสียค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติตามกฎหมายต่ำ กล่าวคือ ภาษีที่มีประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีสูง ควรเป็น

ภาษีที่ผู้เสียภาษีเสียค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติตามกฎหมายต่ำ กล่าวคือ ภาษีที่มีประสิทธิภาพควรเป็น ภาษีที่ง่าย ทั้งในแง่การทำความเข้าใจ การให้บริการการเสียภาษี เนื่องจากระบบการจัดเก็บภาษีที่ ยุ่งยากจะทำให้ค่าใช้จ่ายของผู้เสียภาษีสูงขึ้น อาจจะต้องไปเสียค่าใช้จ่ายให้กับนายความหรือบริษัท ที่รับจ้างในการจัดการด้านภาษี นั่นคือทำให้ต้นทุนของผู้เสียภาษีสูงมากขึ้น ซึ่งก็อาจจะมิให้ราคาสินค้า สูงขึ้นได้

มีข้อที่น่าสังเกตสำหรับการพิจารณาค่าใช้จ่ายทั้งค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บและ ค่าใช้จ่ายของผู้เสียภาษีประการหนึ่งที่น่าสนใจ ก็คือ ค่าใช้จ่ายทั้งสองมีความสัมพันธ์ในเชิงผกผัน กล่าวคือ ถ้าค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บต่ำ เช่น ลดจำนวนบุคลากร ลดช่องทางการให้บริการ เป็นต้น ค่าใช้จ่ายก็จะไปตกกับผู้เสียภาษีที่จะสูงขึ้น เนื่องจากจะต้องใช้เวลาหรือมีความยากลำบากในการเสีย ภาษีในขณะที่ถ้าหน่วยงานที่จัดเก็บสูงค่าใช้จ่ายของผู้เสียภาษีก็จะต่ำ ดังนั้นจึงต้องหาจุดที่เหมาะสมที่ จะทำให้ค่าใช้จ่ายรวมของค่าใช้จ่ายทั้งสองต่ำที่สุด

3. พิจารณาจากรายได้ที่จัดเก็บได้จริงกับรายได้ที่ควรจะได้ (Actual Yields VS potential Yields) กล่าวคือมีการเปรียบเทียบระหว่างรายได้ที่มีการจัดเก็บในรอบระยะเวลาหนึ่งกับ รายได้ที่ควรจะได้หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตามวิธีการนี้จึงต้องมีการประมาณการยอดรายได้ จากภาษี เมื่อเปรียบในลักษณะอัตราส่วนแล้วก็นำมาคิดเป็นร้อยละ ดังนั้นในวิธีการนี้จึงมีสูตรในการ พิจารณาเรื่องประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษี ดังนี้

$$\text{ประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษี} = \frac{\text{ภาษีที่จัดเก็บได้จริง} \times 100}{\text{ภาษีที่ควรจะได้จัดเก็บได้}}$$

ทั้งนี้ มีข้อที่น่าสังเกตประการหนึ่งเกี่ยวกับการกำหนดเป้าหมายการจัดเก็บภาษีของ หน่วยงานจัดเก็บภาษีของรัฐทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น จะมีการกำหนดเป้าหมายการจัดเก็บไว้ ต่ำกว่าความเป็นจริง จึงทำให้หน่วยงานจัดเก็บมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บโดยเฉพาะเมื่อจัดเก็บภาษี ในแต่ละช่วงเวลามักมีประสิทธิภาพมากกว่า 100% กล่าวคือ การกำหนดเป้าหมายการจัดเก็บใน ช่วงเวลามักจะใช้ปีก่อนเป็นฐานในการกำหนดเป้าหมายภาษี ถ้าจะมีการกำหนดเป้าหมายการจัดเก็บ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ก็มักจะใช้ยอดการจัดเก็บภาษีในปี พ.ศ. 2560 เป็นฐานในการกำหนด เป้าหมายในการจัดเก็บ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2560 และพ.ศ. 2562 มีความแตกต่างกัน ในปี พ.ศ. 2562 ก็จะมีผลลบข้อขัดข้องทั้งในด้านจำนวนและคุณภาพของธุรกิจหรือผู้มีหน้าที่ที่จะต้อง เสียภาษี จึงทำให้เป้าหมายในการจัดเก็บนั้นต่ำกว่าความเป็นจริง ดังนั้นหน่วยงานที่จัดเก็บจึงมักจะมี ประสิทธิภาพมากกว่า 100% ยกเว้นในกรณีที่เกิดความผันผวนทางด้านเศรษฐกิจอย่างรุนแรง จึงทำ ให้ประสิทธิภาพการจัดเก็บอาจจะต่ำกว่า 100% เมื่อมีการกำหนดเป้าหมายและการพิจารณา ประสิทธิภาพในมิติประเด็นนี้ จึงเป็นที่จะต้องพึงระมัดระวังอย่างยิ่ง

บทบาทหน้าที่ของกรมศุลกากร

ความเป็นมา

กรมศุลกากรมีหน้าที่ตามกฎหมายในการดูแลการนำเข้า-ส่งออกสินค้า ป้องกันการลักลอบสินค้า ดูแลของต้องห้ามต้องจำกัดตามกฎหมายต่าง ๆ และกำลังเดินทางเข้าสู่ยุคใหม่ โดยมีเจตจำนงแน่วแน่และนโยบายที่ชัดเจนในการบริการและดำเนินงาน ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม โปร่งใส พร้อมรับผิดชอบและส่งเสริมให้มีการเสริมสร้างมาตรฐานด้านคุณธรรม จริยธรรม ให้แก่เจ้าหน้าที่กรมศุลกากร มีการดำเนินการเพื่อพัฒนาความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน รวมถึง การป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบของเจ้าหน้าที่กรมศุลกากรอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม ตลอดจนเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตรวจสอบติดตามการดำเนินงานของกรมศุลกากร อีกทั้งได้สร้างภาคีเครือข่ายการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชนเพื่อเฝ้าระวังป้องกันมิให้เกิดการทุจริตประพฤติมิชอบในทางราชการ อันเป็นการสอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมและพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นกระทรวงแห่งคุณธรรม โดยมีเป้าหมายให้กระทรวงการคลังเป็นกระทรวงที่ปลอดจากการทุจริต และได้ดำเนินการโครงการ “กระทรวงการคลัง : คุณธรรม โปร่งใส ไร้ทุจริต” เพื่อให้บุคลากรในสังกัดมีคุณธรรม จริยธรรม และปฏิบัติหน้าที่ราชการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน และได้มอบหมายให้กรมศุลกากรเป็นหน่วยงานนำร่อง “ศุลกากรคุณธรรม” ทั้งนี้เพื่อให้เป็นต้นแบบของการสร้างหน่วยงานที่มีความโปร่งใสและไร้ทุจริตในการปฏิบัติงาน

กรมศุลกากรต้องเปลี่ยนบทบาทจากผู้จัดเก็บภาษี มาเป็นผู้อำนวยความสะดวกให้การการค้า เพราะโลกของเรากำลังเดินหน้าเข้าสู่ระบบเสรีทางการค้า ดังนั้น เราจึงต้องปรับตัวให้ทันสมัยและไม่เป็นภาระให้กับผู้ที่นำสินค้าเข้าและผู้ส่งสินค้าออก ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีส่วนช่วยทำให้เราเป็นประเทศคู่ค้าที่ประสบความสำเร็จในเวทีการค้าโลก สิ่งที่ภาคธุรกิจต้องการคือความสม่ำเสมอ การคาดการณ์ต้นทุนได้ รวมถึงความโปร่งใสและรวดเร็วในการทำงานกับกรมศุลกากร ในการนี้จึงเป็นเป้าหมายของการปฏิรูปที่ต้องการจะเกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้การการค้า

ปัจจุบัน กรมศุลกากรมีการดำเนินการให้บริการคำวินิจฉัยล่วงหน้ากับผู้ประกอบการที่ต้องการนำเข้าสินค้าหรือวัตถุดิบ ทั้งนี้ กรมศุลกากรจะยืนยันการจัดประเภทพิกัด และวิธีการประเมินภาษีของสินค้านำเข้าก่อนการนำเข้า นอกจากนี้ยังยึดวิธีการประเมินภาษีศุลกากรที่เป็นมาตรฐานเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะนำสินค้าเข้าเมื่อไรและด้วยวิธีใดจะถูกกำหนดด้วยวิธีเดียวกันหมด

อีกทั้งยังมีระบบ National Single Window (NSW) ซึ่งเป็นระบบการบริการเชื่อมโยงข้อมูลหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ (G2G, G2B และ B2B) สำหรับการนำเข้า ส่งออก และโลจิสติกส์รองรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน และประเทศในภูมิภาคอื่น ๆ ซึ่งเป็นระบบ

บริการแบบอัตโนมัติและกึ่งอัตโนมัติควบคู่ไปกับการปฏิรูปกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ และการลดรูปเอกสาร โดยอำนวยความสะดวกให้ผู้ให้บริการสามารถทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์กับหน่วยงานภาครัฐ และภาคธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์แบบปลอดภัยและไร้เอกสาร รวมถึงการใช้ข้อมูลร่วมกันกับทุกองค์กรที่เกี่ยวข้อง และการเชื่อมโยงข้อมูลใบอนุญาตและใบรับรองระหว่างหน่วยงานภาครัฐภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยผู้ให้บริการทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจสามารถติดตามผลในทุก ๆ ขั้นตอนของการดำเนินงานนำเข้า ส่งออก และการอนุมัติต่าง ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ (E-Tracking) ทุกวันและตลอดเวลา 24 ชั่วโมง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับการค้ามากขึ้น

วิสัยทัศน์กรมศุลกากร

องค์กรที่มุ่งมั่นให้บริการศุลกากรเป็นเลิศเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของเศรษฐกิจไทยและเชื่อมโยงการค้าโลก

พันธกิจกรมศุลกากร

1. อำนวยความสะดวกทางการค้าและส่งเสริมระบบโลจิสติกส์ของประเทศ
2. ส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศด้วยมาตรการทางศุลกากรและข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ
3. ปกป้องสังคมให้ปลอดภัยด้วยระบบควบคุมทางศุลกากร
4. จัดเก็บภาษีอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์กรมศุลกากร

1. พัฒนาระบบงานและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า
เป้าประสงค์ : เพื่อให้บริการศุลกากรมีความสะดวก รวดเร็ว ทันสมัย ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงการค้าโลก
2. พัฒนามาตรการทางศุลกากรและข้อมูลการค้าระหว่างประเทศเพื่อส่งเสริมการค้าชายแดน และเชื่อมโยงการค้าโลก
เป้าประสงค์ : เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
3. พัฒนาระบบควบคุมทางศุลกากรให้มีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงกัน
เป้าประสงค์ : เพื่อให้การตรวจสอบและควบคุมทางศุลกากรมีประสิทธิภาพและสร้างสังคมปลอดภัย

4. เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีโดยยึดหลักธรรมาภิบาล

เป้าประสงค์ : เพื่อให้การจัดเก็บภาษีเป็นไปตามเป้าหมายและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เสียภาษี

5. พัฒนาสมรรถนะบุคลากรและการบริหารจัดการองค์กร

เป้าประสงค์ : เพื่อให้องค์กรมีคุณภาพ บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ คุณธรรม และความสุข สามารถขับเคลื่อนกรมศุลกากรให้บรรลุเป้าหมาย

ค่านิยมองค์กร

I – Integrity

S – Service Mind/Self-esteem

M – Modernization

I – Innovation

L – Learning

E – Expert

บทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ E-commerce มากที่สุดของกรมศุลกากร

จากปริมาณการค้าแบบ Online เติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด ส่งผลให้ปริมาณการนำเข้าสินค้า E-Commerce เพิ่มสูงขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดของกรมศุลกากรมีอยู่ 2 หน่วยงาน ได้แก่ ส่วนบริการศุลกากร 3 สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นการนำเข้าแบบเร่งด่วน และส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ สำนักงานศุลกากรกรุงเทพ ซึ่งเป็นการนำเข้าโดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยในการศึกษาคั้งนี้ จะขอเน้นการนำเข้าสินค้า E-Commerce ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เนื่องจากบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ทำหน้าที่เฉพาะผู้ขนส่งเท่านั้น ผู้รับสินค้าจะเป็นผู้ดำเนินการออกของจากอาคารศุลกากรเอง หากแต่การนำเข้าแบบเร่งด่วนจะเป็นการดำเนินการโดยผู้ประกอบการภาคเอกชน โดยผู้ประกอบการของเร่งด่วนต้องได้มาตรฐานของกรมศุลกากรเท่านั้น เช่น DHL FEDEX TNT UPS Kerry Express Lazada และ LMS เป็นต้น (ตามประกาศกรมศุลกากรที่ 130/2561) ทำหน้าที่เป็นตัวแทนออกของ (Customs Broker) ในการปฏิบัติพิธีการศุลกากรให้ทั้งขาเข้าและขาออกให้กับผู้ฝากส่งด้วยซึ่งทำให้เห็นได้ว่าการบริหารความเสี่ยงในการรั่วไหลของรายได้น้อยกว่าการนำเข้าโดยผู้นำเข้าทั่วไป

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนบริการศุลกากร 3

ให้บริการทางศุลกากรสำหรับการนำเข้า-ส่งออก สินค้าเร่งด่วน (Express) ซึ่งการให้บริการในการนำเข้า-ส่งออกสินค้าเร่งด่วนเป็นการให้บริการฝากส่งสินค้าซึ่งดำเนินการโดยผู้ประกอบการของเร่งด่วน เพื่อนำสินค้าไปให้ถึงมือผู้รับปลายทางโดยเร็วที่สุด ตามวันเวลาที่กำหนดในลักษณะ Door-to-Door การให้บริการในลักษณะเช่นนี้เปรียบเสมือนการส่งของทางพัสดุเร่งด่วน EMS ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด แต่ต่างกันที่เป็นการดำเนินการโดยผู้ประกอบการภาคเอกชนที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนออกของ (Customs Broker) ในการปฏิบัติพิธีการศุลกากรให้ทั้งขาเข้าและขาออกให้กับผู้ฝากส่งด้วย โดยรับผิดชอบสำหรับของเร่งด่วนในเขตพื้นที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (ยกเว้นเขตพื้นที่ภายในอาคารผู้โดยสารและอาคารเทียบเครื่องบินท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ) มีหน้าที่รับรายงานอากาศยานเข้าและออก ออกใบปล่อยอากาศยานและบัญชีสินค้าทางอากาศยานสำหรับของเร่งด่วน ดำเนินการเกี่ยวกับการปฏิบัติพิธีการศุลกากร การจัดเก็บภาษีอากร ควบคุมและตรวจสอบของเร่งด่วนขาเข้าและขาออก โดยแบ่งของออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1.1 ประเภทที่ 1 ได้แก่ เอกสารที่ไม่ต้องเสียอากร
- 1.2 ประเภทที่ 2 ได้แก่ ของที่ไม่ต้องเสียอากร หมายถึง ของที่มีราคา CIF ไม่เกิน 1,500 บาท หรือสินค้าตัวอย่างที่ไม่มีราคาทางการค้า (ไม่เป็นของต้องห้าม ต้องกำกับ)
- 1.3 ประเภทที่ 3 ของที่มีราคา CIF ไม่เกิน 40,000 บาท (ไม่เป็นของต้องห้าม ต้องกำกับ)
- 1.4 ประเภทที่ 4 ของที่มีราคา CIF เกิน 40,000 บาท ต้องจัดทำใบขนสินค้าขาเข้าเต็มรูปแบบ ไม่สามารถนำเข้าแบบเร่งด่วนได้

ปัจจุบัน ปริมาณการนำเข้าสินค้า E-Commerce ผ่านการปฏิบัติพิธีการศุลกากรแบบของเร่งด่วน ได้แก่ ของที่มีราคา FOB ไม่เกิน 40,000 บาทต่อการนำเข้า 1 ครั้ง และนำเข้าโดยผู้ประกอบการของเร่งด่วนตามมาตรฐานของกรมศุลกากรเท่านั้น เช่น DHL FEDEX TNT UPS Kerry Express Lazada และ LMS เป็นต้น (ตามประกาศกรมศุลกากรที่ 130/2561) ตลอดปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 โดยมีปริมาณการนำเข้าเป็นจำนวน 11.98 ล้านหีบห่อ เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ถึงร้อยละ 54.54 มูลค่าการนำเข้า 14,348 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ในอัตราร้อยละ 34.71 และจัดเก็บภาษีอากรได้ 1,064 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ในอัตราร้อยละ 28.86

2. สำนักงานศุลกากรกรุงเทพส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์

รับผิดชอบการควบคุมและตรวจปล่อยไปรษณีย์ภัณฑ์ที่นำเข้า-ส่งออกโดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำแนกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ ไปรษณีย์ภัณฑ์ธรรมดา ไปรษณีย์ภัณฑ์ลงทะเบียน และไปรษณีย์ภัณฑ์ด่วนพิเศษ (EMS) มีการแบ่งการปฏิบัติงานออกเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายตรวจคัด ไปรษณีย์ภัณฑ์ และฝ่ายบริการศุลกากรไปรษณีย์ โดยฝ่ายตรวจคัดฯ ทำหน้าที่คัดแยกไปรษณีย์ภัณฑ์ ออกเป็น 3 ประเภท โดยสรุปพอสังเขปดังนี้

ตารางที่ 3-1 : การจำแนกไปรษณีย์ภัณฑ์ที่นำเข้า-ส่งออกโดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ประเภทที่ 1 : ของยกเว้นอากร (ของที่อยู่ในเงื่อนไขได้รับยกเว้นอากรตามพระราชกำหนดพิกัดอัตราศุลกากร)	
1. หีบห่อที่มีราคารวมค่าขนส่งและค่าประกันภัยไม่เกิน 1,500 บาท หรือ	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นผู้ดำเนินการนำของไปส่งมอบให้แก่ผู้มีชื่อรับของตามเจ้าหน้าที่ ทั้งนี้ ต้องไม่เป็นของต้องห้ามหรือต้องกักตักในการนำเข้า
2. ตัวอย่างสินค้าที่ใช้ได้แต่เพียงเป็นตัวอย่าง และไม่มีราคาในทางการค้า	
ประเภทที่ 2 : ของต้องชำระอากรณ ที่ทำการไปรษณีย์ (ของต้องอากรที่อยู่ในเงื่อนไขให้ส่งมอบบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เรียกเก็บค่าภาษีอากรแทน)	
ของที่มีราคา FOB (Free On Board) รวมกันไม่เกิน 40,000 บาท และไม่เป็นของต้องห้ามต้องกักตัก หรือไม่เป็นของต้องส่งตัวอย่างวิเคราะห์สินค้านำก่อนปล่อย	เจ้าหน้าที่ศุลกากรจะประเมินราคาและค่าภาษีอากร โดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จะออก “ใบแจ้งให้ไปรับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ระหว่างประเทศ” ส่งให้ผู้มีชื่อรับของตามเจ้าหน้าที่ และส่งของไปที่ทำการไปรษณีย์ปลายทางตามที่ระบุในใบแจ้งฯ เมื่อผู้มีชื่อรับของตามเจ้าหน้าที่นำใบแจ้งฯ ไปติดต่อขอชำระภาษีอากรและรับของ ณ ที่ทำการไปรษณีย์แล้ว จะได้รับใบเสร็จรับเงินที่ออกโดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในฐานะที่เรียกเก็บอากรแทนกรมศุลกากร

ตารางที่ 3-1 : การจำแนกไปรษณียภัณฑ์ที่นำเข้า-ส่งออกโดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ต่อ)

ประเภทที่ 3 : ของต้องชำระอากรณ ฝ่ายบริการศุลกากรไปรษณีย์ หรือ สำนักงาน/ด่านศุลกากรที่ระบุไว้ในใบแจ้งฯ (ของต้องอากรที่อยู่ในเงื่อนไขนำเข้าเก็บรักษา ณ คลังสินค้าสำหรับเก็บสิ่งของส่งทางไปรษณีย์เพื่อแจ้งให้ผู้รับมาปฏิบัติพิธีการศุลกากรและตรวจปล่อยสินค้าที่ส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ หรือด่านศุลกากรที่กำหนดแล้วแต่กรณี ซึ่งฝ่ายบริการศุลกากรฯ มีหน้าที่รับปฏิบัติพิธีการศุลกากรและตรวจปล่อยสินค้าสำหรับของประเภทที่ 3 ที่เก็บไว้ในคลังสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด)	
ของอื่น ๆ นอกจากประเภทที่ 1 และ 2	เจ้าหน้าที่ศุลกากรจะส่งมอบของให้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อนำไปเก็บรักษาในโรงพักสินค้า ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด หรือส่งไปยังด่านศุลกากร แล้วแต่กรณี และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จะออก “ใบแจ้งให้ไปรับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ระหว่างประเทศ” ส่งไปให้ผู้มีชื่อรับของเพื่อแจ้งให้ไปปฏิบัติพิธีการศุลกากรและขอรับของ ณ ฝ่ายบริการศุลกากรไปรษณีย์ อาคารศูนย์ไปรษณีย์ด่วนพิเศษกรุงเทพฯ ถนนแจ้งวัฒนะ หรือด่านศุลกากรที่ระบุไว้ในใบแจ้งฯ

สำหรับของประเภทที่ 3 ผู้นำเข้าต้องปฏิบัติพิธีการศุลกากรเกี่ยวกับการรับสิ่งของที่นำเข้าทางไปรษณีย์ ณ ฝ่ายบริการศุลกากรไปรษณีย์ แจ้งวัฒนะ หรือด่านศุลกากรในเขตพื้นที่รับผิดชอบตามที่อยู่สำหรับการจัดส่ง เช่น ที่อยู่จัดส่งที่จังหวัดยโสธร ด่านศุลกากรใกล้บ้านได้แก่ด่านศุลกากรมุกดาหาร เป็นต้น

ขั้นตอนการปฏิบัติพิธีการศุลกากร สำหรับของประเภทที่ 3 ณ ฝ่ายบริการศุลกากรไปรษณีย์ แจ้งวัฒนะ มีดังนี้

การปฏิบัติพิธีการศุลกากร ณ ฝ่ายบริการศุลกากรไปรษณีย์ (ของประเภทที่ 3)

1. กรณีของราคาไม่เกิน 40,000 บาท และไม่ใช้ห้ามต้องกำกับ ผู้รับของไม่ต้องจัดทำใบขนสินค้าขาเข้า เจ้าหน้าที่ศุลกากรจะประเมินราคาและจัดเก็บภาษีอากร ณ จุดเดียวกัน โดยมีขั้นตอนการขอรับสิ่งของ ดังนี้

1.1 กรอกเอกสารด้านหลังใบแจ้งฯ (ตามตัวอย่างที่จัดแสดงไว้) ยื่นตรวจสอบเอกสารที่ટે้หมายเลข 3-4 รับหมายเลขบัตรคิว แล้วนั่งรอเรียกรับของ

1.2 ผู้นำเข้าเปิดของร่วมกับเจ้าหน้าที่ศุลกากรตามช่องที่ได้รับเรียกเพื่อประเมินราคาค่าภาษีอากร ชำระค่าภาษีอากร ค่าธรรมเนียมการเก็บรักษาของในคลังสินค้าศุลกากร (ของเก็บ

รักษาเกิน 7 วันต้องเสียค่าธรรมเนียมการเก็บรักษาให้กับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด อัตราเรียกเก็บตามกฎกระทรวงการคลังกำหนด) แล้วรับใบปล่อยของจากเจ้าหน้าที่ศุลกากร

1.3 นำใบปล่อยของให้กับเจ้าหน้าที่หน้าประตูเพื่อนำของออกจากเขตศุลกากร

2. กรณีของมีราคาเกินกว่า 40,000 หรือของราคาไม่เกิน 40,000 บาท หากแต่เป็นของต้องจำกัด ซึ่งต้องมีใบอนุญาตสำหรับการนำเข้า ผู้รับของจะต้องจัดทำใบขนสินค้าขาเข้า และส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์เข้าระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร (ฝ่ายบริการศุลกากรไปรษณีย์ได้จัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำในการจัดทำใบขนสินค้าขาเข้า และมีเคาน์เตอร์เซอร์วิสให้บริการส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

2.1 ลงทะเบียนเป็นผู้ผ่านพิธีการศุลกากร หรือดำเนินการในกระบวนการศุลกากรที่ฝ่ายบริการศุลกากรไปรษณีย์ (กรณีที่ยังไม่เคยลงทะเบียนมาก่อน)

2.2 ผู้รับของส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาเข้าทางอิเล็กทรอนิกส์

2.3 ผู้รับของชำระภาษีอากร

2.4 ผู้รับของติดต่อกองสินค้าเพื่อนำของมาตรวจปล่อย

2.5 เจ้าหน้าที่ศุลกากรตรวจของตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดและบันทึกผลการตรวจปล่อยในระบบคอมพิวเตอร์

2.6 ผู้รับของนำของไปจากอาคารรักษาของศุลกากร

เอกสารที่ต้องใช้ในการขอรับสิ่งของ

1. กรณีขอรับสิ่งของด้วยตนเอง

1.1 “ใบแจ้งให้ไปรับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ระหว่างประเทศ”

1.2 บัตรประจำตัวประชาชน หรือบัตรที่ทางราชการออกให้ หรือหนังสือเดินทาง (กรณีผู้รับของเป็น ชาวต่างชาติ) ของผู้มีชื่อรับของตามที่ระบุในใบแจ้งฯ

2. กรณีมอบอำนาจให้ผู้อื่นรับสิ่งของแทน

2.1 “ใบแจ้งให้ไปรับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ระหว่างประเทศ” โดยให้ผู้มีชื่อรับของบันทึกรายละเอียดการมอบอำนาจให้แก่ผู้รับมอบอำนาจ พร้อมลงลายมือชื่อรับรองทั้ง 2 ฝ่าย ที่ด้านหลังใบแจ้งฯ

2.2 สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้มอบอำนาจ เนื่องจากเป็นการป้องกันการนำใบแจ้งฯ ของผู้อื่นมารับสิ่งของโดยเจ้าของของมิได้มอบอำนาจโดยแท้จริง

2.3 บัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับมอบอำนาจ

3. กรณีผู้รับสิ่งของเป็นนิติบุคคล เช่น บริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด

3.1 “ใบแจ้งให้ไปรับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ระหว่างประเทศ” โดยให้ผู้มีอำนาจลงนาม พร้อมประทับตราบริษัทฯ ที่ด้านหลัง ใบแจ้งฯ

3.2 สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของเจ้าของ หรือผู้จัดการ หรือสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้มีอำนาจลงนามในเอกสารผูกพันนิติบุคคลนั้น ๆ

3.3 สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัท ห้างฯ ร้านฯ

3.4 บัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับมอบอำนาจ

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ทำหน้าที่เฉพาะผู้ขนส่งเท่านั้น ผู้รับสินค้าจะเป็นผู้ดำเนินการออกของจากอาคารศุลกากรเอง

จากวิวัฒนาการในการติดต่อสื่อสารของโลกปัจจุบันที่ทำให้การเข้าถึง Internet เป็นไปอย่างกว้างขวางทั่วโลก ส่งผลให้การค้าในระบบ E-Commerce เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการสั่งซื้อสินค้าจากผู้บริโภครายย่อยทั้งในลักษณะ B to C และ C to C ทำให้การนำเข้าสินค้าผ่านทางระบบไปรษณีย์มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มจะขยายตัวต่อไปอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันฝ่ายตรวจคัดฯ แบ่งการปฏิบัติงานออกเป็น 3 ศูนย์ตามกลุ่มของไปรษณีย์ภัณฑ์ ประกอบด้วย ศูนย์ไปรษณีย์กรุงเทพ ศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ และศูนย์ไปรษณีย์ EMS มีปริมาณการนำเข้าเฉพาะไปรษณีย์ภัณฑ์ที่ต้องตรวจคัดเฉลี่ยเดือนละ 6 แสนชิ้น โดยมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเพียง 34 คน ต้องตรวจคัดไปรษณีย์ภัณฑ์ที่เข้ามาในแต่ละวันและประเมินอากรของประเภทที่ 2 ให้แล้วเสร็จทั้งหมด ในขณะที่ฝ่ายบริการฯ จะต้องให้บริการศุลกากรแก่ผู้มาปฏิบัติพิธีการศุลกากรเฉลี่ยเดือนละกว่า 5 พันราย จำนวน 12 ช่องบริการ ด้วยเจ้าหน้าที่ 21 คน ซึ่งไปรษณีย์ภัณฑ์ที่นำเข้าทั้งหมดไม่ได้มีการส่งข้อมูลล่วงหน้าเหมือนการนำเข้าของเร่งด่วน (Express) ของผู้ประกอบการนำเข้าของเร่งด่วนอื่น ๆ ประกอบกับข้อมูลของไปรษณีย์ภัณฑ์ที่อยู่ในปะทวนหน้ากล่องยังมีความคลาดเคลื่อนสูง และบางส่วนไม่มีใบปะทวนหน้ากล่องด้วย

อีกทั้ง ส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ ยังได้ตรวจสอบข้อมูลสินค้าต้นทางจากประเทศที่มีการเชื่อมโยงระบบอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างศุลกากรและไปรษณีย์ตามโครงการ Customs Declaration System (CDS) ระหว่างองค์การศุลกากรโลกและสหภาพไปรษณีย์สากลดังกล่าว พบว่า ข้อมูลสินค้านั้น มีบางส่วนเท่านั้นที่ข้อมูลตรงกับสินค้าที่ส่งมาจริง เช่น สินค้าที่ส่งมามีราคาสูงมาก หากแต่ข้อมูล CDS มีราคาต่ำ เนื่องจากต้องการหลีกเลี่ยงภาษี หรือสินค้าที่ส่งมาจริงมีราคาต่ำ หากแต่สำแดงราคา CDS สูงมาก เนื่องจากต้องการค่าประภัย เป็นต้น

ปัจจุบัน ส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ ได้อยู่ระหว่างการดำเนินการจัดหาเครื่องเอ็กซเรย์พร้อมระบบสายพานลำเลียงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตรวจคัดไปรษณีย์ภัณฑ์ระหว่างประเทศจำนวน 3 เครื่อง เพื่อติดตั้งณ ศูนย์ไปรษณีย์กรุงเทพ ศูนย์ไปรษณีย์ด่วนพิเศษกรุงเทพฯ และศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของการตรวจสินค้าทางไปรษณีย์ระหว่างประเทศ ให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ศุลกากรและการควบคุมทางศุลกากร ซึ่งคาดว่าจะสามารถดำเนินการแล้วเสร็จภายในสิ้นปี พ.ศ. 2562

สรุป

สภาพปัญหาที่สำคัญของการให้บริการศุลกากรไปรษณีย์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) คือ

1. ปัญหาการร้องเรียนเกี่ยวกับการตรวจและประเมินราคาเพื่อคำนวณค่าภาษีอากร เนื่องจากผู้รับไม่พอใจเมื่อถูกเจ้าหน้าที่ประเมินค่าภาษีอากร หรือเรียกขอให้แสดงใบอนุญาตนำเข้า สำหรับของต้องกักตุน ซึ่งผู้รับไปรษณีย์จำนวนมากเป็นบุคคลธรรมดา มีความรู้ความเข้าใจจำกัด เกี่ยวกับพิธีการศุลกากร การคำนวณค่าภาษีอากร รวมถึงความรู้เกี่ยวกับของต้องห้ามต้องกักตุนตามระเบียบกฎหมายต่าง ๆ นอกเหนือจากกฎหมายศุลกากร

2. ปัญหาความโปร่งใสในการปฏิบัติงานของส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ เนื่องจากมีการร้องเรียนเกี่ยวกับการตรวจคัด การประเมินราคา การควบคุมของต้องกักตุน รวมถึงการปฏิบัติพิธีการศุลกากร ว่ามีลักษณะของการเลือกปฏิบัติ หรือเอื้อประโยชน์ให้กับผู้รับบางราย เป็นเพราะมีผู้รับบางรายพบว่า มีความไม่แน่นอนในการตรวจคัด ของแบบเดียวกันบางครั้งถูกคัดเป็นของยกเว้นอากร บางครั้งถูกคัดเป็นของประเภทที่ 2 หรือ 3 ผู้รับได้รับแจ้งหรือเปรียบเทียบกับผู้รับรายอื่น พบว่าการคำนวณค่าภาษีอากรที่เรียกเก็บในแต่ละครั้งแตกต่างกัน รวมถึงการพิจารณาจากภาพรวมที่พบการขยายตัวทางการค้าในระบบ e-Commerce แต่ผลการจัดเก็บรายได้ของส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ไม่เติบโตอย่างที่คาดหวัง

3. ปัญหาการหลีกเลี่ยงภาษีอากรของผู้นำเข้าเพื่อการค้า โดยการแยกหีบห่อสำหรับการจัดส่ง หรือโดยการนำชื่อบุคคลอื่น ๆ เป็นผู้รับเพื่อให้ของที่นำเข้าจัดเป็นของประเภทที่ 1

บทที่ 4

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากร จากการเติบโตของ E-Commerce

กล่าวนำ

ในยุคปัจจุบันสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้สร้างความสะดวกสบายให้กับเราอย่างมาก ไม่ว่าจะในเรื่องของการติดต่อสื่อสารหรือการค้นหาข้อมูลในการทำธุรกรรมที่สามารถทำได้สะดวก รวดเร็ว และเริ่มเป็นที่แพร่หลายอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่นการให้แอฟริเคชั่นของธนาคารต่าง ๆ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Commerce) ซึ่งเรียกสั้น ๆ ว่า E-Commerce นี้ก็คือการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้าและบริการหรือการโฆษณา การทำธุรกรรมทาง E-Commerce ทำให้ประหยัดต้นทุน เวลา และหากยิ่งแพร่หลายยิ่งทำให้เกิดประโยชน์และความคุ้มค่าอย่างมาก เว็บไซต์ Lazada.com ก็เป็นตัวอย่างของ E-Commerce อย่างหนึ่ง และเป็นที่ยอมรับอย่างมาก โดยเป็นเว็บไซต์เพื่อซื้อขายและการโฆษณาผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ E-Commerce นี้มีสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สพทอ. เป็นผู้เข้ามาควบคุมดูแล เพื่อพัฒนา ส่งเสริม และสนับสนุนการทำธุรกรรมผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

นโยบายในการเก็บภาษีจากการทำธุรกรรมผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce นี้ ต้องดำเนินการอุดรอยรั่วไหลในการเก็บภาษี E-Commerce เพราะผู้ประกอบการแบบ E-Commerce นั้นมักจะหลบเลี่ยงภาษีด้วยวิธีการต่าง ๆ ทำให้รัฐขาดรายได้จำนวนมาก ซึ่งหากสามารถที่จะเก็บภาษีจาก E-Commerce ได้อย่างครบถ้วน ย่อมเป็นการสร้างรายได้ให้ภาครัฐอย่างมาก

แนวทางการแก้ไข้ปัญหา

จากการวิเคราะห์สภาพปัญหาการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถสรุปแนวทางการแก้ไข้ปัญหาได้ดังนี้

ตารางที่ 4-1 : แนวทางการแก้ไข้ปัญหาการจัดเก็บรายได้ของศุลกากรจากการเติบโต E-Commerce

การวิเคราะห์ปัญหา	แนวทางการแก้ไข้
1. รอยรั่วไหล/ช่องว่างของกฎหมาย	1. แนวทางการแก้ไข้กฎหมาย

1.1 ข้อตกลงว่าด้วยการดำเนินการเกี่ยวกับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ระหว่างประเทศที่นำเข้ามาใน และ/หรือส่งออกไปนอกราชอาณาจักร	1.1 มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดทำระเบียบศุลกากรเพื่อรองรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อส่งเสริมการค้า
---	---

ตารางที่ 4-1 : แนวทางการแก้ไขปัญหาการจัดเก็บรายได้ของบุคลากรจากการเติบโต E-Commerce (ต่อ)

การวิเคราะห์ปัญหา	แนวทางการแก้ไข
<p>ระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กับ กรมศุลกากร ระบุไว้ว่า “ของต้องชำระอากรที่นำเข้าไปรษณีย์ ซึ่งส่งจากผู้ส่งคนหนึ่งถึงผู้รับคนหนึ่ง ในคราวเดียวกันหรือเข้ามาถึงพร้อมกัน ไม่ว่าจะมียอดจำนวนที่หีบห่อ หากมีราคาตามที่กรมศุลกากรกำหนด และไม่เป็นของต้องห้าม ต้องกำกับ หรือของที่ต้องส่งตัวอย่างวิเคราะห์สินค้า ก่อนปล่อย ให้เจ้าหน้าที่เปิดตรวจและประเมินอากร...” ในการนี้ อธิบายได้ว่าถึงแม้ว่าผู้นำเข้ารายเดียวกันจะแยกหีบห่อเพื่อให้ราคาของ ค่าขนส่ง และค่าประกันภัย รวมกันไม่เกิน 1,500 บาท หากว่าของดังกล่าวมีชื่อผู้รับรายเดียวกันและมาถึงในวันเดียวกัน เจ้าหน้าที่ก็จะรวมทุกหีบห่อ และออกแบบแจ้งเป็นใบเดียวกันทำให้ของดังกล่าวมิได้รับยกเว้นอากร</p>	<p>เชื่อมโยงการค้าโลก และอุดรอยรั่วไหลในการหลบเลี่ยงภาษี</p>
<p>1.2 การใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่สำหรับการประเมินราคา ทำให้ของชนิดเดียวกันหากแต่ประเมินราคาไม่เท่ากัน</p>	<p>1.2 สร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันพร้อมทั้ง กำหนดโทษร้ายแรง การทุจริต ของเจ้าหน้าที่</p>
<p>2. การหลีกเลี่ยงภาษี 2.1 การแยกหีบห่อสำหรับการจัดส่ง เพื่อหลบเลี่ยงภาษี โดยผู้นำเข้าจะใช้วิธีแยกหีบห่อในการจัดส่ง ให้ราคาของ ค่าขนส่งและค่าประกันภัย รวมกันไม่</p>	<p>2. แนวทางการแก้ไขการหลีกเลี่ยงภาษี 2.1 กำหนดนโยบายและต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการควบคุมทางศุลกากรด้วย เนื่องจากต้องตรวจสอบข้อมูลเชิงลึกสำหรับการนำเข้าสินค้า</p>

เกิน 1,500 บาท โดยการทยอยส่ง ของไม่พร้อมกัน เพื่อให้มาของมาถึง ต่างวันกัน ทำให้ของเข้าเกณฑ์เป็น ของประเภทที่ 1 ได้รับยกเว้นอากร	E-Commerce เพื่อให้รู้ถึงกลวิธีการ หลีกเลี่ยงภาษีของผู้ประกอบการ E-Commerce
--	---

ตารางที่ 4-1 : แนวทางการแก้ไขปัญหาการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโต E-Commerce (ต่อ)

การวิเคราะห์ปัญหา	แนวทางการแก้ไข
2.2 การนำชื่อบุคคลอื่น ๆ เพื่อหลบเลี่ยง ภาษีให้ของดังกล่าวจัดเข้าเป็นของ ประเภทที่ 1 โดยผู้ประกอบการจะใช้ วิธีการมอบอำนาจสำหรับการมารับ ของแทน	2.2 กำหนดแนวทางใหม่โดยการ ตรวจสอบเชิงลึกเช่น การตรวจสอบ การนำเข้า ส่งออกของสินค้า ผู้นำ เข้า ตัวแทนออกของ ผู้รับมอบ อำนาจ เป็นต้น เพื่อที่จะได้มาซึ่ง ข้อมูลเชิงลึกที่แท้จริงของ ผู้ประกอบการ และเพื่อให้มีการ เสียภาษีอย่างถูกต้อง

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)

แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการหาแนวทางในการอุดช่องว่างทางกฎหมาย และใช้มาตรการในการจัดการกับการหลีกเลี่ยงภาษี สรุปได้ดังนี้

วางแผนงานอย่างเป็นระบบรองรับสถานการณ์ในอนาคต จำแนกกลุ่มผู้รับบริการออกเป็นไปรษณีย์ภัณฑ์ของบุคคลธรรมดา และไปรษณีย์ภัณฑ์ทางการค้า กำหนดบทบาทให้ชัดเจนว่าส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์เป็น front office ต้องให้บริการอย่างมีมาตรฐานแบบมืออาชีพ กรณีมีเหตุสงสัยจะต้องส่งต่อไป back office ของกรมฯ ตรวจสอบต่อไป โดยมี Key of success ที่สำคัญประกอบด้วย

1. Standard การสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ทั้งการตรวจคัด ประเมินราคา และการตรวจปล่อย
2. Simply สร้างความเรียบง่ายในการปฏิบัติพิธีการศุลกากร โดยเฉพาะการนำเข้าโดยบุคคลธรรมดา

3. Transparent การปฏิบัติงานในขั้นตอนต่างๆ ต้องมีระบบสอบทาน และตรวจสอบ เพื่อสร้างความโปร่งใส

4. Technology มีการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการปฏิบัติงาน ทั้งในรูปของข้อมูล สารสนเทศ ระบบงานคอมพิวเตอร์ และเครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็น

5. Publicity เผยแพร่ความรู้ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการศุลกากรไปรษณีย์และความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างเพียงพอ รวมถึงเจ้าหน้าที่ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่เป็นผู้ที่ต้องพบกับผู้รับส่วนใหญ่โดยตรงเพื่อคัดแยกออกเป็น 3 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 ของที่แต่ละหีบห่อมีราคาไม่เกิน 1,500 บาท ตัวอย่างสินค้าที่ใช้ได้แต่เพียงเป็นตัวอย่าง และไม่มีราคา ในทางการค้า ให้อยู่ในอากร และส่งมอบให้ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดไปนำจ่ายแก่ผู้รับต่อไป ประเภทที่ 2 ของที่ส่งจากผู้ส่งคนหนึ่งถึงผู้รับคนหนึ่งในคราวเดียวกันหรือเข้าถึงพร้อมกันไม่ว่าจะมีจำนวนกี่หีบห่อ หากมีราคา FOB ไม่เกิน 40,000 บาท และไม่เป็นของต้องห้ามต้องจำกัดหรือของที่ต้องส่งตัวอย่างวิเคราะห์สินค้าก่อนปล่อย ให้เปิดตรวจและประเมินอากร แล้วส่งมอบให้บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อส่งมอบผู้รับและเรียกเก็บค่าอากรแทนกรมศุลกากร ประเภทที่ 3 ของอื่น ๆ นอกจากประเภทที่ 1 และ 2 ให้ส่งมอบแก่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อนำเข้าเก็บรักษา ณ คลังสินค้าสำหรับเก็บสิ่งของส่งทางไปรษณีย์เพื่อแจ้งให้ผู้รับมาปฏิบัติพิธีการศุลกากรและตรวจปล่อย สินค้าที่ส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ หรือด้านศุลกากรที่กำหนดแล้วแต่กรณี

6. สืบค้นข้อมูลเชิงลึกเพื่อสืบค้นกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มหนึ่งที่ไม่ได้อยู่ในระบบภาษี เช่น

6.1 ดุสติการนำเข้าของบุคคล การแยกนำเข้าเพื่อให้ได้รับการยกเว้นอากร การ แยกซื้อ การอาศัยบุคคลอื่น ๆ เพื่อนำเข้าและหลีกเลี่ยงภาษีให้เข้าสู่ระบบภาษี

6.2 สืบค้นข้อมูลผู้รับมอบอำนาจ (เป็นบุคคลเดียวกัน เพื่อหลีกเลี่ยง)

6.3 กำหนดโทษร้ายแรง การทุจริต ของเจ้าหน้าที่

7. มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดทำระเบียบศุลกากรเพื่อรองรับการ พาณิซย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อส่งเสริมการค้าและเชื่อมโยงการค้าโลก เพื่ออุดรอยรั่วไหล ในการหลบเลี่ยงภาษี

สรุป

แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวข้องกับการหาแนวทางในการอุดช่องว่างทางกฎหมาย และใช้ มาตรการในการจัดการกับการหลีกเลี่ยงภาษี สรุปได้ดังนี้

1. วางแผนงานอย่างเป็นระบบรองรับสถานการณ์ในอนาคต จำแนกกลุ่มผู้รับบริการ ออกเป็นไปรษณีย์ภัณฑ์ของบุคคลธรรมดา และไปรษณีย์ภัณฑ์ทางการค้า
2. กำหนดนโยบายและต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการควบคุมทางศุลกากรด้วย เนื่องจากต้องตรวจสอบข้อมูลเชิงลึกสำหรับการนำเข้าสินค้า E-Commerce เพื่อให้รู้ถึงกลวิธีการ หลีกเลี่ยงภาษีของผู้ประกอบการ E-Commerce
3. กำหนดแนวทางใหม่โดยการตรวจสอบเชิงลึกเช่น การตรวจสอบการนำเข้า ส่งออกของ สินค้า ผู้นำเข้า ตัวแทนออกของ ผู้รับมอบอำนาจ เป็นต้น เพื่อที่จะได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกที่แท้จริงของ ผู้ประกอบการ และเพื่อให้มีการเสียภาษีอย่างถูกต้อง
4. มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดทำระเบียบศุลกากรเพื่อรองรับการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อส่งเสริมการค้าและเชื่อมโยงการค้าโลก เพื่ออุดรอยรั่วไหล ในการหลบเลี่ยงภาษี
5. สร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันพร้อมทั้ง กำหนดโทษร้ายแรง การทุจริต ของเจ้าหน้าที่
6. เผยแพร่ความรู้ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการศุลกากรไปรษณีย์และความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างเพียงพอ

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

งานวิจัยเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัญหา อุปสรรค ในการจัดเก็บรายได้ศุลกากร (2) ศึกษาช่องทางสำหรับการอุดรอยรั่วไหลของการจัดเก็บอากรศุลกากร (3) ศึกษาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเจริญเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และ (4) พัฒนาคำแนะนำของบุคลากร รวมถึงการอบรมทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ และพิธีการศุลกากรที่เกี่ยวข้อง ในการเสริมสร้างพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสำหรับการควบคุมสินค้าของต้องห้าม ต้องกักตักทางศุลกากรให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงเพิ่มประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีโดยยึดหลักธรรมาภิบาลให้ดียิ่งขึ้นต่อไปซึ่งจากการวิเคราะห์สภาพปัญหาในบทที่ 3 และแนวทางการแก้ไขปัญหาในบทที่ 4 สรุปได้ดังนี้

1. ปัญหา อุปสรรค ในการจัดเก็บรายได้ศุลกากรจากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

1.1 การแยกหีบห่อสำหรับการจัดส่ง เพื่อหลบเลี่ยงภาษี โดยผู้นำเข้าจะใช้วิธีแยกหีบห่อในการจัดส่ง ให้ราคาของ ค่าขนส่งและค่าประกันภัย รวมกันไม่เกิน 1,500 บาท โดยการทยอยส่งของไม่พร้อมกัน เพื่อให้มาของมาถึงต่างวันกัน ทำให้ของเข้าเกณฑ์เป็นของประเภทที่ 1 ได้รับยกเว้นอากร

1.2 การนำชื่อบุคคลอื่น ๆ เพื่อหลบเลี่ยงภาษีให้ของดังกล่าวจัดเข้าเป็นของประเภทที่ 1 โดยผู้ประกอบการจะใช้วิธีการมอบอำนาจสำหรับการมารับของแทน

1.3 การใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่สำหรับการประเมินราคา ทำให้ของชนิดเดียวกัน หากแต่ประเมินราคาไม่เท่ากัน

1.4 การหนีของออกก่อนเข้ากระบวนการทางศุลกากร

2. แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเจริญเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ประกอบด้วย

วางแผนงานอย่างเป็นระบบรองรับสถานการณ์ในอนาคต จำแนกกลุ่มผู้รับบริการ ออกเป็นไปรษณีย์ภัณฑ์ของบุคคลธรรมดา และไปรษณีย์ภัณฑ์ทางการค้า กำหนดบทบาทให้ชัดเจนว่า ส่วนบริการบุคลากรไปรษณีย์เป็น front office ต้องให้บริการอย่างมีมาตรฐานแบบมีอาชีพ กรณีมี เหตุสงสัยจะต้องส่งต่อให้ back office ของกรมฯ ตรวจสอบต่อไป โดยมี Key of success ที่สำคัญ ประกอบด้วย

2.1 Standard การสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ทั้งการตรวจคัด ประเมินราคา และการตรวจปล่อย

2.2 Simply สร้างความเรียบง่ายในการปฏิบัติพิธีการศุลกากร โดยเฉพาะการนำเข้าโดยบุคคลธรรมดา

2.3 Transparent การปฏิบัติงานในขั้นตอนต่างๆ ต้องมีระบบสอบทาน และตรวจสอบ เพื่อสร้างความโปร่งใส

2.4 Technology มีการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการปฏิบัติงาน ทั้งในรูปแบบของข้อมูลสารสนเทศ ระบบงานคอมพิวเตอร์ และเครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็น

2.5 Publicity เผยแพร่ความรู้ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการศุลกากรไปรษณีย์ และความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างเพียงพอ รวมถึงเจ้าหน้าที่ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่เป็นผู้ที่ต้องพบกับผู้รับส่วนใหญ่โดยตรงเพื่อคัดแยกออกเป็น 3 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 ของที่แต่ละหีบห่อมีราคาไม่เกิน 1,500 บาท ตัวอย่างสินค้าที่ใช้ได้แต่เพียงเป็นตัวอย่าง และไม่มีราคาในทางการค้า ให้ยกเว้นอากร และส่งมอบให้ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ไปนำจ่ายแก่ผู้รับต่อไป ประเภทที่ 2 ของที่ ส่งจากผู้ส่งคนหนึ่งถึงผู้รับคนหนึ่งในคราวเดียวกันหรือเข้าถึงพร้อมกัน ไม่ว่าจะมีส่วนหีบห่อ หากมีราคา FOB ไม่เกิน 40,000 บาท และไม่เป็นของต้องห้ามต้องจำกัด หรือของที่ต้องส่งตัวอย่างวิเคราะห์สินค้านำก่อนปล่อย ให้เปิดตรวจและประเมินอากร แล้วส่งมอบให้ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อส่งมอบผู้รับและเรียกเก็บค่าอากรแทนกรมศุลกากร ประเภทที่ 3 ของอื่น ๆ นอกจากประเภทที่ 1 และ 2 ให้ส่งมอบแก่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อนำเข้าเก็บรักษา ณ คลังสินค้าสำหรับเก็บสิ่งของส่งทางไปรษณีย์เพื่อแจ้งให้ผู้รับมาปฏิบัติพิธีการศุลกากรและตรวจปล่อย สินค้าที่ส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ หรือด่านศุลกากรที่กำหนดแล้วแต่กรณี

2.6 สืบค้นข้อมูลเชิงลึกเพื่อสืบค้นกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มหนึ่งที่ไม่ได้อยู่ในระบบภาษี เช่น

2.6.1 คุณสถิติการนำเข้าของบุคคล การแยกนำเข้าเพื่อให้ได้รับการยกเว้นอากร การแยกซื้อ การอาศัยบุคคลอื่น ๆ เพื่อนำเข้าและหลีกเลี่ยงภาษีให้เข้าสู่ระบบภาษี

2.6.2 สืบค้นข้อมูลผู้รับมอบอำนาจ (เป็นบุคคลเดียวกัน เพื่อหลีกเลี่ยง)

ข้อเสนอแนะ

1. นำระบบข้อมูลขนาดใหญ่หรือ Big Data มาช่วยให้กรมศุลกากรสามารถจัดการกับข้อมูลเชิงลึกสำหรับการสืบค้นกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มหนึ่งที่ไม่ได้อยู่ในระบบภาษี หรือจัดการกับวิธีการในการหลีกเลี่ยงภาษี เพื่อให้การจัดเก็บภาษีมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดทำระเบียบศุลกากรเพื่อรองรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อส่งเสริมการค้าและเชื่อมโยงการค้าโลก และเพื่ออุดหนุนรายรัฐไหลในการหลบเลี่ยงภาษี

3. การพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากร รวมถึงการอบรมทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ และพิธีการศุลกากรที่เกี่ยวข้อง ในการเสริมสร้างพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสำหรับการควบคุมสินค้าของต้องห้าม ต้องกำกับทางศุลกากรให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงเพิ่มประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีโดยยึดหลักธรรมาภิบาลให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

3.1 หาข้อยุติในปัญหาภาษีที่เกิดขึ้น เป็นการกำหนดเพื่อให้ทราบว่าหากมีปัญหาภาษีที่เกิดขึ้นแล้วจะมีวิธีในการยุติปัญหาอย่างไร เช่น กรณีที่มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ และเจ้าพนักงานได้ทำการตรวจสอบสินค้าและประเมินราคาสินค้าเพิ่มเติมจากที่ผู้นำเข้าสำแดง ปัญหาว่าผู้ใดเป็นฝ่ายที่ถูกต้อง นั้นจะต้องพิสูจน์เอกสารหลักฐานตามระบบราคาแอกตต์ (GATT Valuation)

“ในกรณีของนำเข้า หมายถึง ราคาของของเพื่อความมุ่งหมายใส่การจัดเก็บอากร ปัจจุบันประเทศไทยใช้ราคาศุลกากรที่เรียกว่า “ระบบราคาแอกตต์ (GATT Valuation)” ขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ในการกำหนดราคาสินค้าขาเข้า ซึ่งเป็นการปฏิบัติตามพันธกรณีความตกลงว่าด้วยการนำมาตรการ 7 ของความตกลงทั่วไปว่าด้วยภาษีศุลกากรและการค้า 1994 มาถือปฏิบัติ (Agreement on Implementation of Article VII of the General Agreement on tariffs and Trade 1994) ปกติการกำหนดราคาศุลกากรจะอยู่บนพื้นฐานของราคาซื้อขายของที่นำเข้า ซึ่งเป็นราคาที่ผู้ซื้อจ่ายหรือพึงจ่ายจริงให้กับผู้ขายในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ราคาส่งออกของที่นำเข้านั้น จะอยู่ภายใต้เงื่อนไขบางประการ เช่น การซื้อขาย ผู้ซื้อกับผู้ขายต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือการซื้อขายนั้นต้องไม่มีเงื่อนไขอื่นอีก

3.2 การบังคับให้เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายภาษีอากร เป็นส่วนที่กำหนดเพื่อให้ทราบถึงสภาพบังคับ (Sanction) หรือโทษของการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติของกฎหมายภาษีอากร เช่น กำหนดความผิดและโทษของการหลีกเลี่ยงอากร

3.3 กำหนดโทษร้ายแรง การทุจริต ของเจ้าหน้าที่

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

นำโชค ศศิกรวงศ์. สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์. “รายงานการศึกษานโยบายและกฎหมายศุลกากรในต่างประเทศโครงการ Customs Policy Monitoring Unit (CPMU)”. สิงหาคม 2559. หน้า 8-22.

ที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์. สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์. “การจัดเก็บภาษีและพิธีการศุลกากรสินค้า E-Commerce ในสหภาพยุโรป”. รายงานการศึกษา นโยบายและกฎหมายศุลกากรในต่างประเทศโครงการ Customs Policy Monitoring Unit (CPMU). มิถุนายน 2560. หน้า 2-10.

ที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์. สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์. “รูปแบบใหม่ในการจัดการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศจีน”. รายงานการศึกษา นโยบายและกฎหมายศุลกากรในต่างประเทศโครงการ Customs Policy Monitoring Unit (CPMU). กันยายน 2560. หน้า 2-14.

สัมภาษณ์

กมลรัตน์ ทิพย์มาศโกมล, นักวิทยาศาสตร์ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

จาวรวรรณ ด่านสมัคร, นักวิทยาศาสตร์ชำนาญการ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

จิระ ติระบริสุทธิ, ผู้มาติดต่อส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

จิราธร สุทธิพงศ์สกุล, ผู้มาติดต่อส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

ฐวัญ ติระบริสุทธิ, ผู้มาติดต่อส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

ฐาวรัตน์ ติระบริสุทธิ, ผู้มาติดต่อส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

ณัฐจิมา ทองนวล, นักวิชาการศุลกากร กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

นริศรา บุญเกิด, พนักงานราชการ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

ประเสริฐ ธรรมนะ, ผู้มาติดต่อส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

ปรีดาภรณ์ กลิ่นเกษร, นักวิชาการศุลกากร กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

พรทิพย์ คำขำ, พนักงานราชการ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

พรสิริ ลำภาชี, ผู้มาติดต่อส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

มนตรี อัดโต, พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

เมทิกา ภัทรชัยเมธา, นักวิชาการศุลกากร กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

- เมริน บัวทวน , นักวิชาการศุลกากรชำนาญการ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.
- วรรณนิภา สอนประสาร , เจ้าพนักงานธุรการ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.
- วสุวัฒน์ แสนพล , นักวิชาการศุลกากร กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.
- วิชาญ ภู่อุสุขเสมอ , ผู้มาติดต่อส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.
- วิทยา ช่องตา , พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.
- วิทยา ธารนุช , ผู้มาติดต่อส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.
- สถาพร น้อยดี , พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.
- อมร ประภัสรากุล , ลูกจ้างประจำ กรมศุลกากร. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.
- อัจฉรา บัวทวน , พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. สัมภาษณ์. กุมภาพันธ์ 2562.

กฎหมาย

- “ประกาศ เรื่อง ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580)” ,ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 135 ตอนที่ 82 ก, 13 ตุลาคม 2561, หน้า 9-10, หน้า 20-43 และ หน้า 64-71.
- “พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544” ,ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 118 ตอนที่ 112 ก, 4 ธันวาคม 2544, หน้า 26-42.
- “พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551” ,ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 118 ตอนที่ 112 ก, 4 ธันวาคม 2544, หน้า 26.
- “พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551” ,ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 125 ตอนที่ 33 ก, 13 กุมภาพันธ์ 2551, หน้า 81-86.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นายวรพัฒน์ เชาว์วิศิษฐ
วัน เดือน ปีเกิด	15 กันยายน 2507
การศึกษา	ปริญญาตรีนิติศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีสำเร็จการศึกษา 2530 ปริญญาโทบริหารธุรกิจ The University of Wisconsin-Whitewater USAปีสำเร็จการศึกษา 2535

ประวัติการทำงานโดยย่อ

	ผู้อำนวยการส่วนสืบสวนปราบปราม 3	จังหวัดกรุงเทพมหานครฯ
	นายด่านศุลกากรระนอง	จังหวัดระนอง
	นายด่านศุลกากรมุกดาหาร	จังหวัดมุกดาหาร
	นายด่านศุลกากรปางดงเบงกาลี	จังหวัดสงขลา
	นายด่านศุลกากรเชียงใหม่	จังหวัดเชียงใหม่
	ผู้อำนวยการสำนักแผนและการต่างประเทศ	จังหวัดกรุงเทพมหานครฯ
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้อำนวยการสำนักงานศุลกากรตรวจของผู้โดยสารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง แผนเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโต
ของ E-Commerce

ผู้วิจัย นายวรพัฒน์ เชาว์วิศิษฐ **หลักสูตรวปอ.** **รุ่นที่61**

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักงานศุลกากรตรวจของผู้โดยสารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การค้า E-Commerce ในปัจจุบันกำลังเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้มีการเคลื่อนย้ายคน ยานพาหนะ และสินค้าระหว่างประเทศต่าง ๆ เพิ่มขึ้นมากกว่าแต่ก่อน เป็นเหตุให้นานาประเทศต่างประสบ ปัญหาในการจัดเก็บภาษีสินค้าที่ซื้อขายผ่านช่องทางดังกล่าว อีกทั้ง การนำเข้า/ส่งออกสินค้าผ่าน E-Commerce ยังสุ่มเสี่ยงต่อความมั่นคงปลอดภัย การฉ้อโกงและบิดเบือนการแข่งขันทางการค้า ภายในประเทศจากความร่วมมือระหว่างองค์การศุลกากรโลก (WCO) และสหภาพไปรษณีย์สากลที่ ผ่านมา ทำให้พบว่าสินค้าที่ซื้อขายผ่าน E-Commerce มักเป็นสินค้าที่มูลค่าต่ำกว่ามูลค่าขั้นต่ำที่ต้อง ชำระภาษีศุลกากร (de minimisvalue) จึงไม่ต้องมีการสำแดงสินค้า และอาจปล่อยสินค้าได้ทันทีหาก สินค้านั้น ไม่ใช่สินค้าต้องห้าม หรือต้องจำกัดตามกฎหมาย ซึ่งประกอบกับข้อตกลงว่าด้วยการ ดำเนินการเกี่ยวกับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ระหว่างประเทศที่นำเข้ามาและ/หรือส่งออกนอกราชอาณาจักร ระหว่างบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับกรมศุลกากร มีการกำหนดให้ของแต่ละหีบห่อมีราคารวมค่าขนส่ง และค่าประกันไม่เกิน 1,500 บาท (de minimisvalue) ให้รับการยกเว้นอากรศุลกากร ซึ่งการ ยกเว้นอากรศุลกากรสำหรับสินค้าที่มูลค่าต่ำนั้น ในมุมมองของศุลกากรปริมาณสินค้า E-Commerce มีการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นและมีมูลค่าต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด ซึ่งอาจทำให้มีผลกระทบร้ายแรงต่อการ จัดเก็บภาษี กล่าวคือ ผู้ขายพยายามหลีกเลี่ยงภาษีโดยแบ่งสินค้าออกเป็นพัสดุย่อยหลายกล่องเพื่อให้ พักตร์ที่ขนส่งแต่ละครั้งมีมูลค่าต่ำกว่า de minimisvalue นอกจากนี้ การตรวจสอบสินค้าที่ขนส่งทาง ไปรษณีย์ เป็นไปด้วยความยากลำบาก เพราะนอกจากปริมาณสินค้าจำนวนมากและแรงกดดันที่มีต่อ ศุลกากรให้ปล่อยสินค้าอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดแรงกดดันในการปฏิบัติงาน ประกอบกับการกำกับตรวจสอบ และควบคุมภารกิจในการจัดเก็บรายได้ให้เป็นไปตามเป้าหมายประมาณการที่กรมศุลกากรกำหนดไว้ของ รัฐบาล และเพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจ/ภารกิจกระทรวงการคลัง ในประเด็นการบริหารการจัดเก็บ รายได้ภาครัฐและยุทธศาสตร์กระทรวงการคลังในประเด็นการสนับสนุนศักยภาพและความสามารถในการ แข่งขัน และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ(พ.ศ. 2561 – 2580) ในประเด็นการพัฒนา ด้านการสร้าง

ความสามารถในการแข่งขัน ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บรายได้ต้องมีความรัดกุม โปร่งใส มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญคือการยกระดับสมรรถนะของหน่วยงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ทั้งด้านองค์ความรู้สำหรับภายในองค์กร และภายนอกองค์กร รวมถึงการหาฐานรายได้อื่น ๆ ที่เปลี่ยนไปตามบริบทใหม่ของการค้าระหว่างประเทศ อีกทั้ง กรมศุลกากรยังต้องเตรียมรับมือกับสถานการณ์ปัญหาความขัดแย้งทางการค้าหรือสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ – จีน ซึ่งประเทศอาจได้รับผลกระทบจากการทะลักสินค้าที่ผลิตจากประเทศจีนและประเทศสหรัฐฯ เข้าสู่ประเทศไทยอย่างมหาศาล เนื่องจากการตั้งกำแพงภาษีเพิ่มขึ้นอย่างมากของสหรัฐฯ สำหรับสินค้าที่ผลิตจากประเทศจีน เข้าสู่ประเทศสหรัฐฯ จึงเป็นเหตุให้ประเทศจีนต้องกระจายสินค้าเข้าสู่ภูมิภาคอาเซียน รวมถึงประเทศไทยด้วย และในทางกลับกันการตั้งกำแพงภาษีเพิ่มขึ้นอย่างมากของจีน เพื่อตอบโต้สหรัฐฯ สำหรับสินค้าที่ผลิตจากประเทศสหรัฐฯ เข้าสู่ประเทศจีน จึงเป็นเหตุให้สหรัฐฯ ต้องกระจายสินค้าเข้าสู่นานาประเทศ ซึ่งก็รวมถึงประเทศไทยด้วยเช่นกัน ดังนั้นเพื่อให้การจัดเก็บรายได้ของรัฐเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ควรมีการเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ในการจัดเก็บรายได้ศุลกากร
2. เพื่อศึกษาช่องทางสำหรับการอุดรอยรั่วไหลของการจัดเก็บอากรศุลกากร
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเจริญเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)
4. เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากร รวมถึงการอบรมทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ และพิธีการศุลกากรที่เกี่ยวข้อง ในการเสริมสร้างพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสำหรับการควบคุมสินค้าของต้องห้าม ต้องจำกัดทางศุลกากรให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงเพิ่มประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีโดยยึดหลักธรรมาภิบาลให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 1.1 การวิจัยนี้เน้นการศึกษาวิเคราะห์ กระบวนการและรูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)
 - 1.2 การวิจัยนี้เป็นการศึกษาแนวคิด/หลักการระดับยุทธศาสตร์ จะไม่ลงลึกในรายละเอียดการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของ (E-Commerce)

- 1.3 การวิจัยจะเน้นเฉพาะหลักการหรือรูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อกำหนดแผนเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของ E-Commerce
2. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่กรมศุลกากรเจ้าหน้าที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และประชาชนผู้มาติดต่อราชการเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. ขอบเขตด้านเวลา
ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล
 - 1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยการศึกษาจากตำราและเอกสารต่าง ๆ
 - 1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เจ้าหน้าที่กรมศุลกากร เจ้าหน้าที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และประชาชนผู้มาติดต่อราชการเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 20 คน
2. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) และการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่าง ๆ
3. การนำเสนอข้อมูล นำเสนอข้อมูลแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์ นำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ จากการวิจัย

ผลการวิจัย

1. สำนักงานศุลกากรกรุงเทพ ส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ จำกัดไปรษณีย์ภัณฑ์ที่นำเข้า-ส่งออกโดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่
 - 1.1 ประเภทที่ 1 : ของยกเว้นอากร (ของที่อยู่ในเงื่อนไขได้รับยกเว้นอากรตามพระราชกำหนดพิกัดอัตราศุลกากร)(1) ที่บห่อที่มีราคารวมค่าขนส่งและค่าประกันภัยไม่เกิน 1,500 บาท หรือ (2) ตัวอย่างสินค้าที่ใช้ได้แต่เพียงเป็นตัวอย่าง และไม่มีราคาในทางการค้า โดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นผู้ดำเนินการนำของไปส่งมอบให้แก่ผู้มีชื่อรับของตามเจ้าหน้าที่ ทั้งนี้ ต้องไม่เป็นของต้องห้ามหรือต้องจำกัดในการนำเข้า
 - 1.2 ประเภทที่ 2 : ของต้องชำระอากร ณ ที่ทำการไปรษณีย์ (ของต้องอากรที่อยู่ในเงื่อนไขให้ส่งมอบบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เรียกเก็บค่าภาษีอากรแทน)ของที่มีราคา FOB (Free On Board) รวมกันไม่เกิน 40,000 บาท และไม่เป็นของต้องห้ามต้องจำกัด หรือไม่เป็นของต้องส่งตัวอย่างวิเคราะห์สินค้าก่อนปล่อย โดยเจ้าหน้าที่ศุลกากรจะประเมินราคาและค่าภาษีอากร โดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จะออก “ใบแจ้งให้ปรับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ระหว่างประเทศ” ส่งให้

ผู้มีชื่อรับของตามจำหน่าย และส่งของไปที่ทำการไปรษณีย์ปลายทางตามที่ระบุในใบแจ้งฯ เมื่อผู้มีชื่อรับของตามจำหน่ายนำใบแจ้งฯ ไปติดต่อขอชำระภาษีอากรและรับของ ณ ที่ทำการไปรษณีย์แล้ว จะได้รับใบเสร็จรับเงินที่ออกโดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในฐานะที่เรียกเก็บอากรแทนกรมศุลกากร

1.3 ประเภทที่ 3 : ของต้องชำระอากรได้แก่ ของอื่น ๆ นอกจากประเภทที่ 1 และ 2(ของราคาไม่เกิน 40,000 บาท เป็นของต้องห้ามต้องจำกัด หรือของราคาเกิน 40,000 บาท ซึ่งอาจเป็นของต้องห้ามต้องจำกัดหรือไม่ก็ตาม)โดยเจ้าหน้าที่ศุลกากรจะส่งมอบของให้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อนำไปเก็บรักษาในโรงพักสินค้า ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด หรือส่งไปยังด่านศุลกากร แล้วแต่กรณีโดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จะออก “ใบแจ้งให้ไปรับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ระหว่างประเทศ” ส่งไปให้ผู้มีชื่อรับของเพื่อแจ้งให้ไปปฏิบัติพิธีการศุลกากรและขอรับของ ณ ฝ่ายบริการศุลกากรไปรษณีย์ อาคารศูนย์ไปรษณีย์ด่วนพิเศษกรุงเทพฯ ถนนแจ้งวัฒนะ หรือ ด่านศุลกากรที่ระบุไว้ในใบแจ้งฯ ทั้งนี้ผู้นำเข้าต้องปฏิบัติพิธีการศุลกากรเกี่ยวกับการรับสิ่งของที่นำเข้ามาทางไปรษณีย์ ณ ฝ่ายบริการศุลกากรไปรษณีย์ แจ้งวัฒนะ หรือด่านศุลกากรในเขตพื้นที่รับผิดชอบตามที่อยู่สำหรับการจัดส่ง เช่น ที่อยู่จัดส่งที่จังหวัดยโสธร ด่านศุลกากรใกล้บ้านได้แก่ด่านศุลกากรมุกดาหาร เป็นต้น ณ ฝ่ายบริการศุลกากรไปรษณีย์ หรือ สำนักงาน/ด่านศุลกากรที่ระบุไว้ในใบแจ้งฯ

2. จากการวิเคราะห์งานวิจัยเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ปัญหา อุปสรรค ในการจัดเก็บรายได้ศุลกากรจากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

2.1.1 การแยกหีบห่อสำหรับการจัดส่ง เพื่อหลบเลี่ยงภาษี โดยผู้นำเข้าจะใช้วิธีแยกหีบห่อในการจัดส่ง ให้ราคาของ ค่าขนส่งและค่าประกันภัย รวมกันไม่เกิน 1,500 บาทโดยการทยอยส่งของไม่พร้อมกัน เพื่อให้มาของมาถึงต่างวันกัน ทำให้ของเข้าเกณฑ์เป็นของประเภทที่ 1 ได้รับยกเว้นอากร

2.1.2 การนำชื่อบุคคลอื่น ๆ เพื่อหลบเลี่ยงภาษีให้ของดังกล่าวจัดเข้าเป็นของประเภทที่ 1 โดยผู้ประกอบการจะใช้วิธีการมอบอำนาจสำหรับการมารับของแทน

2.1.3 การใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่สำหรับการประเมินราคา ทำให้ของชนิดเดียวกันหากแต่ประเมินราคาไม่เท่ากัน

2.1.4 การหยีบของออกก่อนเข้ากระบวนการทางศุลกากร

2.2 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของกรมศุลกากรจากการเจริญเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)ประกอบด้วย

วางแผนงานอย่างเป็นระบบรองรับสถานการณ์ในอนาคต จำแนกกลุ่มผู้รับบริการออกเป็นไปรษณีย์ภัณฑ์ของบุคคลธรรมดา และไปรษณีย์ภัณฑ์ทางการค้า กำหนดบทบาทให้ชัดเจนว่าส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์เป็น front office ต้องให้บริการอย่างมีมาตรฐานแบบมืออาชีพ

กรณีมีเหตุสงสัยจะต้องส่งต่อไปให้ back office ของกรมฯ ตรวจสอบต่อไป โดยมี Key of success ที่สำคัญประกอบด้วย

2.2.1 Standard การสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ทั้งการตรวจคัด ประเมินราคา และการตรวจปล่อย

2.2.2 Simply สร้างความเรียบง่ายในการปฏิบัติพิธีการศุลกากร โดยเฉพาะการนำเข้าโดยบุคคลธรรมดา

2.2.3 Transparent การปฏิบัติงานในขั้นตอนต่าง ๆ ต้องมีระบบสอบทาน และตรวจสอบ เพื่อสร้างความโปร่งใส

2.2.4 Technology มีการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการปฏิบัติงาน ทั้งในรูปแบบของข้อมูลสารสนเทศ ระบบงานคอมพิวเตอร์ และเครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็น

2.2.5 Publicity เผยแพร่ความรู้ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการศุลกากรไปรษณีย์ และความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างเพียงพอ รวมถึงเจ้าหน้าที่ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่เป็นผู้ที่ต้องพบกับผู้รับส่วนใหญ่โดยตรงเพื่อคัดแยกออกเป็น 3 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 ของที่แต่ละหีบห่อมีราคาไม่เกิน 1,500 บาท ตัวอย่างสินค้าที่ใช้ได้แต่เพียงเป็นตัวอย่าง และไม่มีราคาในทางการค้า ให้ยกเว้นอากร และส่งมอบให้ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดไปนำจ่ายแก่ผู้รับต่อไป ประเภทที่ 2 ของที่ ส่งจากผู้ส่งคนหนึ่งถึงผู้รับคนหนึ่งในคราวเดียวกันหรือเข้าถึงพร้อมกัน ไม่ว่าจะมียี่สิบหีบห่อ หากมีราคา FOB ไม่เกิน 40,000 บาท และไม่เป็นของต้องห้ามต้องจำกัด หรือของที่ต้องส่งตัวอย่างวิเคราะห์สินค้าก่อนปล่อย ให้เปิดตรวจและประเมินอากร แล้วส่งมอบให้ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อส่งมอบผู้รับและเรียกเก็บค่าอากรแทนกรมศุลกากร ประเภทที่ 3 ของอื่น ๆ นอกจากประเภทที่ 1 และ 2 ให้ส่งมอบแก่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดเพื่อนำเข้าเก็บรักษา ณ คลังสินค้าสำหรับเก็บสิ่งของส่งทางไปรษณีย์เพื่อแจ้งให้ผู้รับมาปฏิบัติพิธีการศุลกากร และตรวจปล่อยสินค้าที่ส่วนบริการศุลกากรไปรษณีย์ หรือด่านศุลกากรที่กำหนดแล้วแต่กรณี

2.2.6 สืบค้นข้อมูลเชิงลึกเพื่อสืบค้นกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มหนึ่งที่ไม่ได้อยู่ในระบบภาษี เช่น

2.2.6.1 คู่มือการนำเข้าของบุคคล การแยกนำเข้าเพื่อให้ ได้รับการยกเว้นอากร การแยกซื้อ การอาศัยบุคคลอื่น ๆ เพื่อนำเข้าและหลีกเลี่ยงภาษีให้เข้าสู่ระบบภาษี

2.2.6.2 สืบค้นข้อมูลผู้รับมอบอำนาจ (เป็นบุคคลเดียวกัน เพื่อหลีกเลี่ยง)

ข้อเสนอแนะ

1. นำระบบข้อมูลขนาดใหญ่หรือ Big Data มาช่วยให้กรมศุลกากรสามารถจัดการกับข้อมูลเชิงลึกสำหรับการสืบค้นกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มหนึ่งที่ไม่ได้อยู่ในระบบภาษี หรือจัดการกับวิธีการในการหลีกเลี่ยงภาษี เพื่อให้การจัดเก็บภาษีมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดทำระเบียบศุลกากรเพื่อรองรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อส่งเสริมการค้าและเชื่อมโยงการค้าโลก และเพื่ออุดรอยรั่วไหลในการหลบเลี่ยงภาษี

3. การพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากร รวมถึงการอบรมทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ และพิธีการศุลกากรที่เกี่ยวข้อง ในการเสริมสร้างพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสำหรับการควบคุมสินค้าของต้องห้าม ต้องกักตวงศุลกากรให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงเพิ่มประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีโดยยึดหลักธรรมาภิบาลให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

3.1 หาข้อยุติในปัญหาภาษีที่เกิดขึ้น เป็นการกำหนดเพื่อให้ทราบว่ามีปัญหาภาษีที่เกิดขึ้นแล้วจะมีวิธีการยุติปัญหาอย่างไร เช่น กรณีที่มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ และเจ้าพนักงานได้ทำการตรวจสอบสินค้าและประเมินราคาสินค้าเพิ่มเติมจากที่ผู้นำเข้าสำแดง ปัญหาว่าผู้ใดเป็นฝ่ายที่ถูกต้อง นั้นจะต้องพิสูจน์เอกสารหลักฐานตามระบบราคาแกตต์ (GATT Valuation)

“ในกรณีของนำเข้า หมายถึง ราคาของของเพื่อความมุ่งหมายใส่การจัดเก็บอากรปัจจุบันประเทศไทยใช้ราคาศุลกากรที่เรียกว่า “ระบบราคาแกตต์ (GATT Valuation)” ขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ในการกำหนดราคาสินค้าขาเข้า ซึ่งเป็นการปฏิบัติตามพันธกรณีความตกลงว่าด้วยการนำมาตรการ 7 ของความตกลงทั่วไปว่าด้วยภาษีศุลกากรและการค้า 1994 มาถือปฏิบัติ (Agreement on Implementation of Article VII of the General Agreement on tariffs and Trade 1994) ปกติการกำหนดราคาศุลกากรจะอยู่บนพื้นฐานของราคาซื้อขายของที่นำเข้า ซึ่งเป็นราคาที่ผู้ซื้อจ่ายหรือพึงจ่ายจริงให้กับผู้ขายในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ราคาซื้อขายของที่นำเข้านั้นจะอยู่ภายใต้เงื่อนไขบางประการ เช่น การซื้อขาย ผู้ซื้อและผู้ขายต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือการซื้อขายนั้นต้องไม่มีเงื่อนไขอย่างอื่นอีก

3.2 การบังคับให้เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายภาษีอากร เป็นส่วนที่กำหนดเพื่อให้ทราบถึงสภาพบังคับ (Sanction) หรือโทษของการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติของกฎหมายภาษีอากร เช่น กำหนดความผิดและโทษของการหลีกเลี่ยงอากร

3.3 กำหนดโทษร้ายแรง การทุจริต ของเจ้าหน้าที่