

Tax Policy Journal

Tax Policy Bureau, Fiscal Policy Office

Edition 1, Volume 41

January 2017

เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมกับการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี

1) ความเป็นมา

เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (Behavioral Economics) เป็นเศรษฐศาสตร์สาขาใหม่ที่กำลังได้รับความสนใจอย่างมากในหลายประเทศทั่วโลก โดยเหล่านักเศรษฐศาสตร์สาขาดังกล่าวได้นำเสนอแง่มุมใหม่ประกอบด้วยหลักทางจิตวิทยาในการอธิบายพฤติกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ภายใต้สมมติฐานว่า มนุษย์นั้นไม่ได้ใช้เพียงเหตุผลอย่างเดียวในการตัดสินใจ (Rational Decision) หากแต่ใช้อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด และปัจจัยทางสังคมเข้ามาร่วมด้วยเสมอ



2) ความสำคัญ

การตั้งสมมติฐานว่า มนุษย์ทุกคนล้วนมีเหตุผลและจะตัดสินใจทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง (Homo Economicus¹) ตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์กระแสหลักนั้นไม่สามารถที่จะอธิบายสถานการณ์ทางเศรษฐกิจบางอย่างได้ โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจของ

สหรัฐอเมริกา (Subprime Crisis) เช่น คำถามที่ว่า ทำไมคนจึงยอมซื้อตราสารหนี้ในราคาสูงทั้ง ๆ ที่รู้ว่าไม่มีมูลค่าพื้นฐานรองรับ ทำไมคนจึงไม่ยอมขายตราสารหนี้ทั้ง ๆ ว่าจะขาดทุนมากกว่าหากถือต่อ เป็นต้น สถานการณ์เหล่านี้ล้วนมีความรู้สึก (Emotion) เข้ามาเกี่ยวข้อง ความมั่นใจในการตัดสินใจของตัวเองว่าถูกต้องที่สุดแล้ว (Overconfidence) ความกลัวที่จะสูญเสียมากกว่าได้ (Loss Aversion) หรือแม้แต่การทำตามฝูงชน (Herding Effect)²

หลักเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมที่เล่นกับอารมณ์ ความรู้สึก และจิตใต้สำนึกของมนุษย์ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในสาขาต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน ด้านการตลาด ตลอดจนด้านนโยบายสาธารณะ การเงิน³: ในการเลือกแผนการเงิน นักเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมพบว่า คนส่วนใหญ่จะเลือกแผนที่เสนอมาแต่ต้นหรือแผนที่อยู่บนสุดของตัวเลือก (Default Option) จึงทำให้ธนาคารจัดทำแผนการเงินที่เป็นประโยชน์กับธนาคารไว้บนสุด

Inside This Issue

World Taxation in Brief
เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมกับการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี

History of Thai Taxation

ย้อนอดีตภาษีไทย :
ภาษีน้ำมันมะพร้าว

โดย

นายธเนศพงศ์ ช่วงประยูร

เศรษฐกรปฏิบัติการ

สำนักนโยบายภาษี

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

*ผู้เขียนขอขอบคุณ

นางสาวสุมาลี สถิตชัยเจริญ

ผู้อำนวยการสำนักนโยบายภาษี

สำหรับข้อเสนอแนะ

การตลาด⁴: นักเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมพบว่า สินค้าที่หายากหรือเหลือน้อย (Scarcity) จะมีมูลค่าทางจิตใจสูงกว่าสินค้าทั่วไป นักการตลาดจึงมักใช้คำชวนเชื่อเพื่อให้สินค้านั้นมีมูลค่ามากขึ้น เช่น เหลือเพียง 5 ชิ้นเท่านั้น เป็นต้น

Max Versality Premium Tempered Glass
iPhone SE, 5, 5, 5c

by Versality

★★★★☆

1 customer review

Price: \$15.99 & FREE Shipping on orders over \$49. Details

Only 5 left in stock.

นโยบายสาธารณะ⁵: นักเศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมพบว่า คนจะตัดสินใจจาก ตัวเลือกที่เห็นง่ายก่อน นักโภชนาการ จึงสนับสนุนให้โรงอาหารในโรงเรียน และมหาวิทยาลัยแสดงอาหารที่ดีต่อ สุขภาพในระดับสายตาและพบว่า การบริโภคอาหารประเภทดังกล่าว สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ



3) การประยุกต์ใช้ในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี

ปัจจุบัน หลายประเทศได้ให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้หลัก เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมในการ ออกแบบนโยบายสาธารณะด้านต่าง ๆ เช่น ประเทศสหราชอาณาจักรได้ตั้ง Behavioral Insights Team เป็น ที่ปรึกษาเพื่อทดลอง วิจัยและ เสนอแนะนโยบายภาครัฐที่เหมาะสม และสอดคล้องกับพฤติกรรมคนในชาติ มากที่สุด ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ตั้ง Social and Behavioral Sciences Team เพื่อวัตถุประสงค์เช่นเดียวกัน เป็นต้น

ที่น่าสนใจคือ การนำหลัก เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมมาประยุกต์ใช้ ในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บ

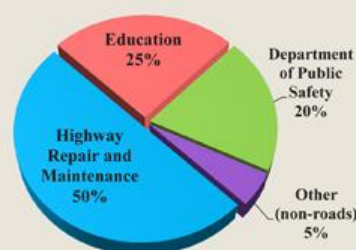
ภาษี ลดปัญหาการหลีกเลี่ยงภาษี และ กระตุ้นให้ผู้ที่ต้องเสียภาษีเต็มใจที่จะ จ่ายภาษี โดยมีการศึกษาและทดลองใช้ กลยุทธ์ต่าง ๆ ในต่างประเทศ ดังนี้ **การใช้อิทธิพลจากคนรอบข้าง (Peer Pressure)**: นักวิจัยในประเทศสหราชอาณาจักร ได้ทดลองส่งจดหมายไปยัง กลุ่มคนที่ค้างชำระภาษี พบว่า การระบุ ข้อความว่า “9 ใน 10 ของคนใน สหราชอาณาจักรชำระภาษีตรงเวลา” และ “ท่านเป็นเพียงส่วนน้อยที่ยังไม่ได้ ชำระภาษี” สามารถเพิ่มจำนวน การชำระภาษีค้างได้ถึงร้อยละ 1.5 และ 3.9 ตามลำดับ⁶



การสร้างเชื่อมโยงระหว่างผู้จ่าย ภาษีและประโยชน์ที่ได้รับ

(Connection Between What They Pay and Service They Receive) : นักวิจัยในประเทศ สหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร ได้ทดลองระบุสัดส่วนการใช้ภาษีใน ด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสาธารณสุขและ สาธารณูปโภค รวมถึงระบุว่าใช้จ่าย อย่างไรในพื้นที่ต่าง ๆ ลงในใบเสร็จ การชำระภาษีพบว่า สามารถเพิ่มยอด การชำระและจำนวนภาษีที่ชำระใน ปีถัดไปได้⁷

Allocation of Texas State Fuel Tax Revenue



นอกจากนี้ การอนุญาตให้ผู้เสียภาษี เลือกระบุได้ว่าต้องการให้นำเงินภาษี ดังกล่าวไปสนับสนุนนโยบายรัฐด้าน ไตบ้าง สามารถเพิ่มความพึงพอใจหลัง การชำระภาษีได้อย่างมีนัยยะสำคัญ⁸



การใช้ระบบอัตโนมัติ (Automatic System and Default Effect) :

ไม่กี่ปีมานี้ รัฐบาลรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกาได้กำหนดให้ ผู้ชำระภาษีสามารถเลือกสมัครระบบ ชำระภาษีจากบัญชีธนาคารอัตโนมัติ (Electronic Bank Account Withdrawals) ซึ่งพบว่า ยอดการค้าง ชำระลดลง และมีผู้เข้าร่วมระบบ ดังกล่าวมากถึงสองแสนคน

ความง่ายในการอธิบายขั้นตอน

การชำระภาษี (Simplification): ความง่ายต่อการชำระภาษีจะเป็น การลดต้นทุนทางอ้อมของผู้ชำระภาษี ในด้านเวลาและความพึงพอใจ Internal Revenue Service ประเทศ สหรัฐอเมริกา ได้ทดลองปรับการใช้ ภาษาและคำพูดในการอธิบายขั้นตอน การชำระภาษีให้เข้าใจง่าย (Plain English) และเหมาะกับตัวผู้ชำระภาษี มากขึ้นพบว่าสามารถเพิ่มยอดการชำระ ภาษีได้ อีกทั้งยังเพิ่มความพึงพอใจหลัง การชำระอีกด้วย

4) บทสรุปและข้อเสนอแนะ

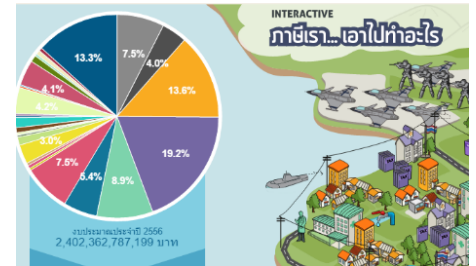
การนำหลักเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบนโยบายสาธารณะ ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี เป็นเรื่องที่น่าสนใจ อย่างไรก็ตาม การออกแบบนโยบายสาธารณะใดก็ตาม ต้องคำนึงถึงบริบทและพฤติกรรมของสังคมนั้นเป็นสำคัญ ปัจจัยทางจิตวิทยาที่ได้ผลสัมฤทธิ์กับสังคมหนึ่ง อาจได้ผลที่ต่างกับอีกสังคมหนึ่ง เช่น การใช้สิทธิพลจากคนรอบข้างในการกระตุ้นการจ่ายค่าใบอนุญาตรับชมโทรทัศน์ ประจำปีของประเทศออสเตรเลียได้ผลสัมฤทธิ์น้อยกว่าการใช้ข้อความเชิงข่มขู่ว่า “หากไม่จ่ายค่าธรรมเนียมดังกล่าว รัฐจะดำเนินคดีทางกฎหมายกับท่านในทันที”⁹ เป็นต้น

นอกจากปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมแล้ว ค่าใช้จ่ายภาครัฐก็เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วน


การประยุกต์ใช้หลักหรือมาตรการใด มาตรการหนึ่งต้องดูว่าต้นทุนที่เพิ่มขึ้นนั้นคุ้มหรือไม่ เช่น การเพิ่มข้อความในจดหมายกับอัตราการจ่ายภาษีที่เพิ่มขึ้น เป็นกำไรหรือภาวะที่สูญเสียเปล่าของรัฐ รัฐต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับทำวิจัยเพิ่มเติม หรือสามารถนำฐานข้อมูลที่มีอยู่นั้นมาวิเคราะห์หลักขณะทางพฤติกรรมได้เลย เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยนั้น เริ่มมีการนำหลักเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมมาใช้ในการออกแบบนโยบายสาธารณะเพิ่มขึ้น เช่น นโยบายการชำระภาษีมูลค่าเพิ่มของร้านค้าในท้องถิ่น โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนในพื้นที่ว่า การซื้อสินค้าจากร้านค้าดังกล่าวองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะได้รับภาษีมูลค่าเพิ่มโดยตรงเพื่อใช้อุดหนุนกิจกรรมในพื้นที่หรือชุมชนนั้น ๆ

ต่อไป หรือแม้แต่การจัดทำ *Infographic* เพื่อแสดงให้เห็นว่า ภาครัฐได้นำรายได้จากภาษีทั้งหมดไปจัดสรรในกิจการภาคส่วนใดบ้าง



(ที่มา: <http://thaipublica.org/>)

ทางด้านการตลาดและการเงินก็ไม่น้อยหน้าเช่นเดียวกัน หากท่านใดลองไปเดินตลาด ห้างร้าน หรือแม้แต่ธนาคารพาณิชย์ใกล้บ้าน และสังเกตการใช้โฆษณาการใช้ข้อความเพื่อกระตุ้นพฤติกรรม การซื้อ ซึ่งเป็นการประยุกต์หลักเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมมาใช้ 

Reference :

1. "Homo Economicus." Wikipedia. Wikimedia Foundation, n.d. Web. 05 Jan. 2017.
2. Barberis, Nicholas. "Psychology and the Financial Crisis of 2007-2008." SSRN Electronic Journal (n.d.): n. pag. Web.
3. Brown, Amy. "Behavioral Economics: Applications for Financial Services." (n.d.): n. pag. FEDERAL RESERVE BANK OF SAN FRANCISCO. Ford Foundation, Mar. 2010. Web. 05 Jan. 2017.
4. "Behavioural Economics and Digital Marketing - Smart Insights Digital Marketing Advice." Smart Insights. N.p., 08 July 2016. Web. 05 Jan. 2017.
5. Lusk, Jason. "The Rise of "Nudge" and the Use of Behavioral Economics in Food and Health Policy." Mercatus Center. N.p., 16 Sept. 2016. Web. 05 Jan. 2017.
6. Byrnes, Nanette. "Behavioral Economics Taps Power of Persuasion for Tax Compliance." Reuters. Thomson Reuters, 29 Oct. 2012. Web. 05 Jan. 2017.
7. "Fiscal Blackmail." The Economist. The Economist Newspaper, 24 May 2014. Web. 05 Jan. 2017.
8. Lambertson, Cait Poyner. "A Spoonful of Choice: How Allocation Increases Satisfaction with Tax Payments." SSRN Electronic Journal (n.d.): n. pag. Web.
9. Fellner, Gerlinde, Rupert Sausgruber, and Christian Traxler. "Testing Enforcement Strategies In The Field: Threat, Moral Appeal And Social Information." Journal of the European Economic Association 11.3 (2013): 634-60. Web.

ภาษีน้ำมันมะพร้าว



น้ำมันมะพร้าวเป็นสินค้าพื้นเมืองของไทยที่มีประโยชน์มากมาย สามารถใช้ได้ทั้งผสมอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ หรือจะทาเพื่อผิวพรรณที่ดีและงดงามก็สามารถทำได้ น้ำมันมะพร้าวนั้นจัดเป็นสินค้าที่มีความนิยมและใช้มาอย่างแพร่หลายมาตั้งแต่อดีต ปรากฏเป็นสินค้าส่งออกสำคัญมาตั้งแต่สมัยอยุธยา จึงไม่น่าแปลกใจหากจะมีการเก็บภาษีน้ำมันมะพร้าวดังกล่าวขึ้นในอดีตเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่รัฐ อย่างไรก็ตาม ภาษีน้ำมันมะพร้าวได้ถูกยกเลิกการจัดเก็บไปในปี พ.ศ. 2470 ตามที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติภาษีภายใน พ.ศ. 2470

1) ความเป็นมา

การจัดเก็บภาษีน้ำมันมะพร้าวได้มีการเริ่มต้นการจัดเก็บเป็นครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 3 ซึ่งเป็น การจัดเก็บภาษีแบบระบบเจ้าภาษีนายอากรซึ่งมีลักษณะที่มีเอกชนเป็นผู้ผูกขาด โดยรัฐจะมอบอำนาจการจัดเก็บแบบเบ็ดเสร็จให้แก่ เอกชนที่สามารถประมูลตำแหน่งเจ้าภาษีได้ ทั้งนี้ เจ้าภาษีจะต้องส่งมอบรายได้ที่ประมูลไว้แก่กรมพระคลังมหาสมบัติ ภายหลังภาษีน้ำมันมะพร้าวได้เปลี่ยนระบบการจัดเก็บโดยให้กรมสรรพากรเป็นผู้จัดเก็บภาษีจากเจ้าภาษีตามพระราชบัญญัติ พระธรรมนูญหน้าที่ราชการกระทรวงพระคลัง ร.ศ. 109

เรียบเรียงโดย นายธนศพงศ์ ช่วงประยูร

จาก รั้งสรรค์ ธนะพรพันธุ์ . 2528 . ภาษีอากรในประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย : คลังข้อมูลและบทสำรวจทางวิชาการ. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 138 - 139.

2) อัตราการจัดเก็บภาษีน้ำมันมะพร้าว

เดิมอัตราการจัดเก็บภาษีน้ำมันมะพร้าวจะคิดจากจำนวนตันมะพร้าวซึ่งมีความเข้มข้นกับภาษีชนิดอื่นจึงเกิดการหลีกเลี่ยงภาษีและลักลอบซื้อขายกันอย่างมาก ตลอดจนทำให้ราคามะพร้าวสูงขึ้น ภายหลังในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงเปลี่ยนมาคิดอัตราภาษีจากผลมะพร้าวแทน โดยกำหนดอัตราดังนี้

อัตราการจัดซื้อ : เก็บภาษีการซื้อจากเจ้าของสวน 67.5 สตางค์ต่อมะพร้าวผลใหญ่เล็ก 100 ลูก

อัตราการขาย : เก็บภาษีการขายกับราษฎร 1.25 บาทต่อมะพร้าวผลใหญ่เล็ก 100 ลูก

3) ขั้นตอนจัดเก็บภาษีน้ำมันมะพร้าว

โดยปกติเจ้าภาษีมะพร้าวจะไปจัดเก็บกับราษฎรเอง แต่ถ้าหากราษฎรมีผลมะพร้าวมากและเจ้าภาษียังไม่ได้ไปจัดเก็บภายใน 15 วัน ให้เจ้าของสวนบรรทุกผลมะพร้าวมาส่งให้เจ้าภาษี และให้คิดค่าบรรทุกจากเจ้าภาษีได้ 36 สตางค์ต่อมะพร้าวผลใหญ่เล็ก 100 ลูก

หากราษฎรจะบรรทุกมะพร้าวไปขายยังหัวเมืองอื่น ต้องมาซื้อต่อจากเจ้าภาษีอีกทีหนึ่ง

ในปี พ.ศ. 2445 กำหนดให้ราษฎรที่นำมะพร้าวไปขายต้องเสียภาษีผ่านด่านเพิ่มเติมในอัตรา ร้อยชัก 10 หรือ ร้อยละ 10 ของมูลค่ามะพร้าว

4) การยกเลิกการจัดเก็บภาษีน้ำมันมะพร้าว

ภายหลังรัฐบาลมีนโยบายยกเลิกการเก็บภาษีน้ำมันมะพร้าวและสามารถยกเลิกได้สำเร็จในปี พ.ศ. 2470 