

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุงมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย
(OTOP Extravaganza)

นางสาวอุทัยวรรณ ศักดิ์เดชยนต์

เอกัตศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2561

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของเอกัตศึกษาให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของเอกัตศึกษาที่ส่งผ่านทางคณะที่สังกัด

The abstract and full text of individual study in Chulalongkorn University Intellectual Repository(CUIR)
are the individual study authors' files submitted through the faculty.

หัวข้อเอกัตศึกษา แนวทางการแก้ไขและปรับปรุงมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น
ไทย (OTOP Extravaganza)

โดย นางสาวอุทัยวรรณ ศักดิ์เดชะยนต์

รหัสประจำตัว 608 62504 34

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ
 คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หมวดวิชา ภาษีอากร

อาจารย์ที่ปรึกษา ศาสตราจารย์ทัชชมัย ทองอุไร

ปีการศึกษา 2561

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้เอกัตศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ

ลงชื่อ.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา)

บทคัดย่อ

รัฐบาลได้ออกมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) ในประเทศไทย โดยออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 318 (พ.ศ. 2559) ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร เริ่มครั้งแรกในปี 2559 ในช่วงวันที่ 1 สิงหาคมถึง 31 สิงหาคม โดยให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษี บุคคลธรรมดากับการซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท ตามหลักเกณฑ์ที่มาตรการกำหนด ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย อย่างไรก็ตาม มาตรการนี้ยังมีปัญหาความไม่เหมาะสมบางประการ

เอกศศึกษาเล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงความไม่มีประสิทธิภาพของมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย โดยศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรการภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่น เพื่อนำแนวทางมาปรับใช้ในบางประเด็น จากการศึกษาพบว่า มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยมีปัญหาบางประการ กล่าวคือ รัฐบาลนำมาตรการดังกล่าวมาใช้อย่างไม่ต่อเนื่อง ทำให้วัตถุประสงค์ในการส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยในภาคประชาชนไม่ประสบผลสำเร็จ รวมถึงเงื่อนไขของระยะเวลาในการให้สิทธิประโยชน์ และหลักเกณฑ์ของผู้ขายสินค้าโอท็อป

จากประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น จึงควรนำแนวทางมาตรการภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่นมาปรับใช้ โดยปรับให้ใช้สิทธิลดหย่อนภาษีได้ทั้งปี โดยอาจเริ่มพิจารณาใช้เป็นระยะเวลา 2 หรือ 4 ปีก่อนเพื่อวิเคราะห์ถึงผลลัพธ์ รวมถึงควรให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และรัฐบาลควรพัฒนาช่องทางการขายทางเว็บไซต์ที่ได้รับการรับรองจากรัฐบาลว่า ทุกรายการที่ซื้อผ่านทางเว็บไซต์สามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้แน่นอน เพื่ออำนวยความสะดวก และดึงดูดให้ภาคประชาชนสนใจมากขึ้น และสุดท้ายนี้เพื่อให้มาตรการภาษีนี้เป็นประโยชน์ต่อทุกคนมากที่สุด ทั้งผู้ประกอบการที่ได้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และไม่ได้จดทะเบียน เช่น กลุ่มเกษตรกรรายย่อยที่ไม่สามารถจดทะเบียนได้ เพราะเงื่อนไขไม่ครบตามข้อกำหนด รัฐบาลควรให้หน่วยงานราชการท้องถิ่นเข้ามาเป็นตัวกลางระหว่าง ผู้ขายสินค้าโอท็อป และ ผู้ที่ต้องการจะใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษี โดยให้หน่วยงานราชการท้องถิ่นออกเอกสารรับรองการซื้อสินค้าเพื่อรับรองการซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการที่ไม่ได้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มได้แทน และสามารถใช้เป็นหลักฐานในการใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้เช่นกัน จากที่กล่าวมาจะส่งผลทำให้กลุ่มเกษตรกรรายย่อยได้รับผลประโยชน์จากมาตรการภาษีนี้เช่นกัน เป็นการเปิดโอกาส และช่องทางให้กลุ่มเกษตรกรที่เป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศได้มีโอกาสในการหารายได้ได้มากขึ้น รวมถึงเศรษฐกิจจะมีการกระจายตัวมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

เอกัตศึกษาเรื่องแนวทางการแก้ไขและปรับปรุงมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาจากศาสตราจารย์ทชชมัย ทองอุไร อาจารย์ที่ปรึกษาเอกัตศึกษา ที่ท่านได้สละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำแนวทาง รวมถึงข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำเอกัตศึกษาฉบับนี้ ตลอดจนช่วยตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้เอกัตศึกษาฉบับนี้สำเร็จโดยสมบูรณ์ที่สุด ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณความกรุณาของท่านอาจารย์เป็นอย่างสูงที่เสียสละเวลา เพื่อให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้การช่วยเหลืออย่างดีมาโดยตลอด

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมาย เศรษฐกิจ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านและคณาจารย์พิเศษทุกท่านที่เสียสละเวลา มาให้ความรู้ความเข้าใจด้านกฎหมายและธุรกิจแก่ศิษย์อย่างดีมาโดยตลอด รวมถึงเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตรสำหรับการประสานงานด้านเอกสาร

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนกราบขอบพระคุณคุณตา คุณแม่ และครอบครัวที่เป็นกำลังใจสำคัญ และให้การสนับสนุนช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน ตลอดระยะเวลาในการศึกษาจนทำให้ประสบความสำเร็จได้ตามที่หวังไว้ รวมถึงขอขอบคุณคุณพงศ์เทพ หนูแก้ว และคุณวรัญธรณ์ สมลือชาชัย นิสิต ศศ.ม. รุ่นที่ 20 ที่ให้ความช่วยเหลือ และให้คำปรึกษามาโดยตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

สารบัญ

| | |
|---|-----------|
| บทคัดย่อ..... | ก |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ข |
| สารบัญ..... | ค |
| สารบัญรูปภาพ..... | จ |
| สารบัญตาราง..... | ฉ |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา..... | 3 |
| 1.3 สมมติฐาน..... | 4 |
| 1.4 ขอบเขตการศึกษา..... | 4 |
| 1.5 วิธีดำเนินการศึกษา..... | 4 |
| 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 4 |
| บทที่ 2 ปัญหาภาคการเกษตรของประเทศไทย มาตรการที่รัฐบาลนำมาใช้เพื่อบรรเทาความ เดือนร้อนของเกษตรกร และมาตรการทางภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมการบริโภค ภายในประเทศ..... | 6 |
| 2.1 ปัญหาภาคการเกษตรของประเทศไทย..... | 7 |
| 2.1.1 ปัจจัยด้านทรัพยากรการผลิต..... | 7 |
| 2.1.2 ความสมดุลของผลผลิตและช่องทางการตลาด..... | 12 |
| 2.2 มาตรการการช่วยเหลือจากภาครัฐ..... | 14 |
| 2.2.1 การแทรกแซงราคาโดยรัฐบาล..... | 15 |
| 2.2.2 ภาษีอากรกับการกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศ..... | 17 |
| 2.2.3 มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza)..... | 18 |
| 2.2.4 เปรียบเทียบมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยปี 2559 มาตรการ ซ้อปช่วยชาติปี 2561 และมาตรการภาษีเพื่อพยุงเศรษฐกิจในช่วงกลางปี 2562..... | 23 |
| 2.2.5 ปัญหาของมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย..... | 26 |
| บทที่ 3 มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นและแนวทางการให้สิทธิประโยชน์ในการ ลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดาของประเทศไทย..... | 28 |
| 3.1 สภาวะทางสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทย..... | 28 |
| 3.1.1 สภาวะทางสังคมของประเทศไทย..... | 28 |
| 3.1.2 สภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย..... | 29 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2 มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นและแนวทางการให้สิทธิลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดา..... | 31 |
| 3.2.1 มาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจในชนบท และแนวทางการให้สิทธิลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดาในประเทศไทย..... | 31 |
| บทที่ 4 แนวทางปรับปรุงมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) เพื่อสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นและการให้สิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในประเทศไทย..... | 38 |
| 4.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นในประเทศไทยกับประเทศไทย..... | 38 |
| 4.1.1 ระยะเวลาในการให้สิทธิลดหย่อนทางภาษี..... | 41 |
| 4.1.2 รูปแบบ และเงื่อนไขในการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น..... | 42 |
| 4.1.3 ช่องทางในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา..... | 43 |
| 4.1.4 สิทธิลดหย่อนทางภาษี..... | 44 |
| 4.2 แนวทางแก้ไขและปรับปรุงมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นในประเทศไทยตามแนวทางของประเทศไทย..... | 44 |
| 4.2.1 การให้การสนับสนุน และส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเสนอให้รัฐบาลขยายเวลาในการให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย..... | 47 |
| 4.2.2 การเสนอแนวทางให้ รัฐบาลแก้ไขเงื่อนไขของมาตรการทางภาษี..... | 48 |
| 4.3 ข้อควรระวังจากปัญหาภาษีบ้านเกิดของประเทศไทย..... | 49 |
| บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ..... | 51 |
| 5.1 บทสรุป..... | 51 |
| 5.2 ข้อเสนอแนะ..... | 54 |
| บรรณานุกรม..... | 55 |

สารบัญรูปรูปภาพ

| | |
|--|----|
| รูปที่ 1 : กรรมสิทธิ์ถือครองที่ดินทำกินเชิงพื้นที่..... | 8 |
| รูปที่ 2 : การเข้าถึงทรัพยากรน้ำของครัวเรือนเกษตร..... | 9 |
| รูปที่ 3 : จำนวนแรงงานเกษตร แยกตามอายุและเพศ..... | 10 |
| รูปที่ 4 : จุดศูนย์กลางภาพ..... | 12 |
| รูปที่ 5 : แสดงดัชนีรายได้ ราคา และผลผลิตสินค้าเกษตร..... | 13 |
| รูปที่ 6 : ราคาข้าวเปลือกเจ้าหอมมะลิ รายเดือนที่เกษตรกรขายได้ที่ไร่นา ทั้งประเทศ ปี 2540 – 2553..... | 16 |
| รูปที่ 7 : เว็บไซต์ภาษาอังกฤษสำหรับมาตรการภาษีบ้านเกิด..... | 35 |
| รูปที่ 8 : รายได้จากภาษีบ้านเกิด..... | 36 |

สารบัญตาราง

| | |
|--|----|
| ตารางที่ 1 : การคำนวณการประหยัดภาษีจากค่าลดหย่อนตามมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยปี 2559 ตามฐานรายได้สุทธิต่อปี (บาท)..... | 23 |
| ตารางที่ 2 : สรุปลักษณะแตกต่างของมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยปี 2559 กับมาตรการทางภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ (ช้อปช่วยชาติ) ปี 2561..... | 25 |
| ตารางที่ 3 : อัตราภาษีก้าวหน้าของบุคคลธรรมดาในประเทศญี่ปุ่น..... | 33 |
| ตารางที่ 4 : เปรียบเทียบมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยกับมาตรการภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่น..... | 39 |
| ตารางที่ 5 : เปรียบเทียบช่วงเวลามาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย..... | 41 |
| ตารางที่ 6 : ปัญหาและแนวทางแก้ไขปรับปรุงมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) ในประเทศไทย..... | 45 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเกษตรกรรมและสังคมไทยนั้นมีความผูกพันกันมาช้านาน ทั้งในด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม และระบบเศรษฐกิจของประเทศ ประกอบกับรายได้ของประชากรส่วนใหญ่ในประเทศมาจากการประกอบอาชีพเกษตรกร ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบการเกษตรของประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ แล้ว จะพบว่าประเทศไทยนั้นได้เปรียบทั้งด้านสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกพืชพรรณทางเศรษฐกิจ เช่น ข้าวหอมมะลิไทย มันสำปะหลัง ข้าวโพด เป็นต้น จากรายงานการส่งออกสินค้ามาตรฐานไปนอกราชอาณาจักร¹ พบว่าสินค้าเกษตรเหล่านี้เป็นสินค้าหลักของประเทศไทยในการส่งออกไปยังจำหน่ายต่างประเทศ จึงมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างยิ่ง เพราะเป็นสินค้าส่งออกหลักของประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม เกษตรกรไทยส่วนใหญ่จะขาดความรู้ด้านวิชาการในเรื่องการเกษตร เพราะวิธีการทำการเกษตรที่ปฏิบัติอยู่นั้นส่วนใหญ่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ เป็นการเกษตรเพื่อการยังชีพ ซึ่งการที่ก้าวไปถึงขั้นเกษตรอุตสาหกรรมจำเป็นจะต้องมีความเข้าใจเรื่องการวางแผนการเพาะปลูก การดูแล การเก็บเกี่ยว ขณะเดียวกันก็ต้องมีความรู้ในการยืดอายุผลผลิต มิใช่มุ่งแต่ขายวัตถุดิบอย่างเดียว แต่ต้องมีความรู้ในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาคุณภาพ และเพื่อให้ได้ราคาที่ดีกว่าเดิม ดังเช่นพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 มีพระราชดำรัสในโอกาสที่คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตร สหกรณ์นิคม สหกรณ์ประมง และสมาชิกผู้รับนมสด เข้าเฝ้าฯ ณ โครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2530 ว่า ".....สมัยนี้ก็จะต้องมีการดัดแปลงผลผลิตที่มี เช่นข้าวก็ต้องสีแล้ว ในที่นี้ก็มีนมก็ต้องปรับปรุงนม นั้นให้ขายได้ เช่น การทำให้มันนั้นเก็บอยู่นานกว่า 1 วัน เพราะตามธรรมชาติมันโดยเฉพาะในประเทศไทยเก็บไว้ไม่กี่ชั่วโมงก็จะเสีย ฉะนั้นก็ต้องมีวิธีการที่จะดัดแปลงให้เก็บไว้ได้ เพื่อที่จะส่งไปสู่ตลาดได้ และเป็นนมที่มีคุณภาพดี....." ² พระราชดำรัสดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการนำวัตถุดิบมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างมีคุณภาพ

¹ กรมการค้าต่างประเทศ, รายงานการส่งออกสินค้ามาตรฐานเดือนธันวาคม 2561 [ออนไลน์], 12 กุมภาพันธ์ 2561.

แหล่งที่มา <http://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/Service-Data-Information/Statistic-Import-Export/Detail-dft-service-data-statistic/ArticleId/12726/12726>

² พระราชกรณียกิจด้านเกษตรและสหกรณ์ รัชกาลที่ 9, พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวกับงานด้านการเกษตรอุตสาหกรรม [ออนไลน์], แหล่งที่มา <https://www.moac.go.th/king-industry>

รัฐบาลเห็นถึงความสำคัญ และต้องการให้สินค้าท้องถิ่นไทยเป็นที่รู้จัก จึงเกิดโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือเรียกว่า OTOP ขึ้นมา โดยมีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดมูลค่า และเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีเอกลักษณ์ มีคุณภาพ และเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ตามนโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภา และตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

- 1) สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน
- 2) สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
- 3) ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น
- 4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 5) เพื่อดำเนินการสนับสนุนการพัฒนาสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในแต่ละระดับ
- 6) เพื่อให้เกิดเครือข่ายบริหารระบบการเชื่อมโยงแหล่งผลิตให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับศักยภาพการผลิตตามห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) สู่การตลาดในแต่ละระดับ
- 7) เพื่อให้เกิดเครือข่ายบริหารการเชื่อมโยงศูนย์กระจายสินค้าและหรือแหล่งจำหน่ายสินค้าภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบันและที่จะเกิดขึ้นในอนาคต³

นอกจากวัตถุประสงค์ดังกล่าวที่รัฐบาลมุ่งเน้นส่งเสริมด้านทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดคุณค่าสูงสุดแล้วนั้น รัฐบาลต้องการที่จะช่วยส่งเสริมสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยการออกมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 318 (พ.ศ. 2559) ออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร สำหรับบุคคลธรรมดา โดยมีหลักเกณฑ์ว่า เมื่อบุคคลธรรมดาซื้อสินค้าที่อยู่ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ใน

³ Souvenir. ความเป็นมาของโครงการและวัตถุประสงค์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ [ออนไลน์], แหล่งที่มา <https://souvenirbuu.wordpress.com/>

ช่วงเวลาที่กำหนด บุคคลนั้นสามารถนำใบกำกับภาษีมาใช้ลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดาในปีภาษีนั้นได้ แต่อย่างไรก็ตามมาตรการภาษีนี้อาจมีผลบังคับใช้สำหรับปีภาษี 2559 เท่านั้น

จากข้อกำหนดดังกล่าว แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลไม่ได้ให้ความสำคัญสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและไม่ได้ให้ความสำคัญกับภาคการเกษตรกรรมอย่างแท้จริง ต่างจากในต่างประเทศที่ให้ความสำคัญกับเกษตรกร จากการให้สิทธิประโยชน์ทั้งด้านสังคมและด้านภาษีอากร รวมทั้งพยายามตั้งกำแพงภาษีเพื่อกีดกันสินค้าการเกษตรจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศตัวเองมากเกินไป และมีการณรงค์ให้คนในประเทศเลือกบริโภคสินค้าในประเทศก่อน แต่สำหรับประเทศไทยนั้น ภาครัฐให้ความช่วยเหลือโดยการใช้เงินของรัฐเข้ามาแก้ปัญหา เช่น การประกันราคา หรือการรับจํานาสินค้า เป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ ไม่ใช่หนทาง การแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนถาวร และเป็น การแก้ปัญหาที่ทำได้ไม่ทั่วถึงทุกกลุ่ม แล้วยังคงมีปัญหายังต่อเนื่อง ซึ่งภาครัฐควรส่งเสริมให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยการให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จึงเห็นควรที่จะทำการวิเคราะห์ถึงปัญหา และหาแนวทางการแก้ไขโดยเปรียบเทียบกับมาตรการทางภาษีของต่างประเทศ คือ ประเทศญี่ปุ่น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาถึงหลักเกณฑ์ เงื่อนไขของมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 318 (พ.ศ. 2559) ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร
- 2) เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย และความเหมาะสมของการให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจากมาตรการดังกล่าว
- 3) เพื่อศึกษาแนวคิด หลักกฎหมายเกี่ยวกับมาตรการทางภาษีและสิทธิประโยชน์ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประเทศญี่ปุ่นในเรื่องการส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นตามข้อ 1) เพื่อเปรียบเทียบกับกรณีของประเทศไทย
- 4) เพื่อศึกษาหาแนวทางที่เหมาะสมในการเสนอปรับปรุงมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 318 (พ.ศ. 2559) ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร

1.3 สมมติฐานของการศึกษา

มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังไม่มีประสิทธิภาพ จึงควรแก้ไขและปรับปรุง เพื่อให้ภาคประชาชนได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือภาคเกษตรกรรมและสินค้าท้องถิ่นได้โดยตรง

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ศึกษากฎกระทรวง ฉบับที่ 318 (พ.ศ. 2559) ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) ในประเทศไทยรวมถึงหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ตลอดจนแนวทางปฏิบัติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย และประเทศญี่ปุ่น เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางที่เหมาะสม พร้อมทั้งข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงหรือเพิ่มเติมบทบัญญัติของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นและการให้สิทธิประโยชน์ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่เหมาะสม

1.5 วิธีการดำเนินการศึกษา

ศึกษาโดยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) โดยการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำราวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ เอกซ์ติศึกษา และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประมวลรัษฎากร กฎหมายต่างประเทศ และนำมาวิเคราะห์หลักกฎหมาย แนวทางปฏิบัติ เพื่อศึกษาถึงมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย ตลอดจนศึกษาเทียบเคียงกับหลักกฎหมาย แนวปฏิบัติของประเทศญี่ปุ่น โดยนำมาวิเคราะห์ปัญหา และเสนอแนวทางการแก้ไขที่เหมาะสมกับประเทศไทย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) เพื่อให้เข้าใจถึงหลักเกณฑ์ เงื่อนไขในกฎกระทรวง ฉบับที่ 318 (พ.ศ. 2559) ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza)
- 2) เพื่อให้เข้าใจถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) และความเหมาะสมของการให้สิทธิประโยชน์ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจากมาตรการดังกล่าว
- 3) เพื่อให้เข้าใจถึงแนวคิด หลักกฎหมายเกี่ยวกับมาตรการทางภาษีและสิทธิประโยชน์ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประเทศญี่ปุ่น ในเรื่องการส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับกรณีของประเทศไทย

- 4) เพื่อให้ทราบถึงแนวทางที่เหมาะสมในการเสนอปรับปรุงมาตรการทางภาษีและการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามกฎหมายกระทรวง ฉบับที่ 318 (พ.ศ. 2559) ออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza)

บทที่ 2

ปัญหาภาคการเกษตรของประเทศไทย มาตรการที่รัฐบาลนำมาใช้เพื่อบรรเทาความเดือนร้อนของเกษตรกร และมาตรการทางภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ

ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศแห่งการเกษตรกรรมตั้งแต่อดีตกาล เนื่องจากประเทศไทยตั้งอยู่ในภูมิภาคที่มีสิ่งแวดล้อมและภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก ทำให้พื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศมีความผูกพันกับอาชีพเกษตรกร ซึ่งการเกษตรกรรมในประเทศสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน⁴ ดังนี้

- 1) การทำนา มีการทำทุกภาค แต่ภาคกลางมีการทำนามากที่สุด เนื่องจากมีพื้นที่ทำนามากที่สุดของประเทศ
- 2) การทำสวนยางพาราและการปลูกสวนปาล์ม น้ำมัน พบมากในภาคใต้และจังหวัดจันทบุรี ตลอดจนชายฝั่งตะวันออกเฉียงใต้ของอ่าวไทย
- 3) การทำสวนผลไม้ เช่น เงาะ ทุเรียน มังคุด ลำไย ส้ม สับปะรด แดงโม กัลยาร ขนุน มะม่วง ละมุด พุทรา องุ่น น้อยหน่า ลางสาด
- 4) การทำพืชไร่ เช่น ข้าวโพด อ้อย ปอ ฝ้าย นุ่น ละหุ่ง มะพร้าว มันสำปะหลัง ยาสูบ พริกไทย ตาล ถั่วต่างๆ
- 5) การเลี้ยงสัตว์ เช่น สุกร โค กระบือ เป็ด ไก่ ห่าน ไหม ช้าง ม้า ลา ล่อ

สินค้าทางเศรษฐกิจที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลก โดยเฉพาะสินค้าประเภทข้าว มันสำปะหลัง เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม การเกษตรของไทยยังคงอยู่ในภาวะที่น่าเป็นห่วงอย่างยิ่ง เนื่องจากการแข่งขันที่สูงในระดับนานาชาติ จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของโลกที่มีทิศทางชะลอตัว ซึ่งส่งผลต่อปัจจัยราคาในตลาดโลก⁵ นอกจากนี้มาตรฐานของสินค้าเกษตรของไทยนั้นสามารถควบคุมได้ยากจากสภาวะความแปรปรวนของภูมิอากาศ ซึ่งรัฐบาลมีมาตรการออกมาเพื่อช่วยพยุงรายได้แก่เกษตรกร ช่วย

⁴ Agriculture and Technology. ประวัติของการเกษตรไทย [ออนไลน์], แหล่งที่มา

<https://sites.google.com/site/agricultureandtechnology3278/home/prawati-khxng-karkestr-thiy>

⁵ Thai PBS. โอกาส ทางรอด เกษตรกรไทย AEC [ออนไลน์], 9 พฤษภาคม 2558. แหล่งที่มา

<http://www.aftershake.net/?p=400>

บรรเทาภาวะภาคเกษตรกรรมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับเกษตรกรคงยึดอาชีพเกษตรกรรมต่อไป เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารและสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศต่อไป แต่ในปัจจุบันภาคการเกษตรกรรมยังคงประสบปัญหาทั้งจากปัจจัยภายในประเทศ และจากมาตรการของภาครัฐเอง ซึ่งไม่ใช่การแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน

2.1 ปัญหาภาคการเกษตรของประเทศไทย

ภาคการเกษตรกรรมอยู่คู่กับสังคมไทยมาช้านาน ในอดีต รูปแบบการทำเกษตรกรรมในไทยเป็นแบบดั้งเดิม⁶ คือเน้นการทำแคในครัวเรือน มีวัตถุประสงค์เพื่อดำรงชีวิต ดังนั้น พื้นที่สำหรับการทำเพาะปลูกจึงมีขนาดเล็ก และมีต้นทุนในการทำเกษตรที่ไม่สูงมาก เนื่องจากพึ่งพาอาศัยทรัพยากรธรรมชาติ เมล็ดพันธุ์พื้นบ้านในท้องถิ่น และใช้แรงงานคนและสัตว์เป็นหลัก เพราะฉะนั้นผลผลิตที่ผลิตมาได้แต่ละปีนั้นจะมีปริมาณมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ และการจัดการของระบบชลประทานของท้องถิ่นนั้นๆ เมื่อเวลาผ่านไป การขนส่งสินค้ามีความก้าวหน้า ส่งผลให้ในปัจจุบันผลผลิตทางการเกษตรของไทยเป็นที่ต้องการเพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศ แต่วิธีการ และรูปแบบการทำเกษตรกรรมนั้น ยังคงเป็นรูปแบบเดิมๆ เนื่องจากได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ และมีข้อจำกัดจากปัจจัยภายนอก ส่งผลต่อกำลังการผลิต และมูลค่าของสินค้า ซึ่งปัจจัยต่างๆ ดังนี้

2.1.1 ปัจจัยด้านทรัพยากรการผลิต

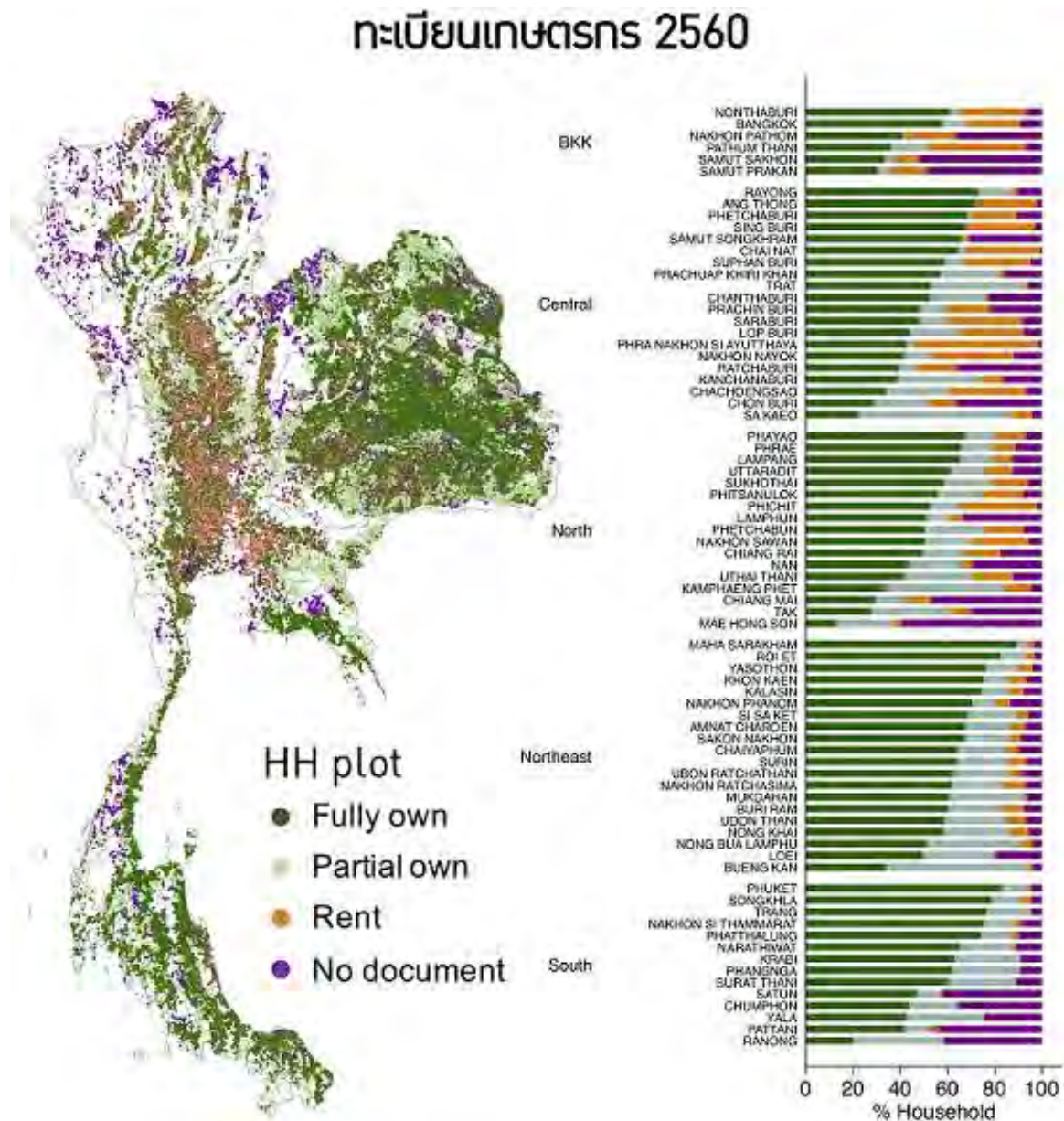
แม้ว่าประเทศไทยจะมีภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก แต่ด้วยปัจจัยทั้งภายในและภายนอก ได้แก่ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ภัยธรรมชาติ การขาดแคลนเงินทุน ปัญหาเศรษฐกิจโลกตกต่ำ การแข่งขันและการกดราคาสินค้าในตลาดโลก เป็นต้น มีผลให้ประเทศไทยไม่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิต และคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ทัดเทียมกับตลาดโลกได้ ทั้งนี้สาเหตุหนึ่งคือความเหลื่อมล้ำทางโอกาสของเกษตรกร ดังนี้

(1) เรื่องที่ดินทำกิน เกษตรกรจำนวนมากไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง ต้องเช่าที่ดินทำกิน และสำหรับเกษตรกรอีกกลุ่มหนึ่งที่ยังมีที่ดินจำนวนมาก แต่ละปีต้องสูญเสียที่ดินทำกินให้กับสถาบันการเงิน รวมทั้งสิทธิเกษตรกรในด้านการเข้าถึงพันธุกรรมพืชและสัตว์ ยังไม่ได้รับการยอมรับ ทำให้เกษตรกรรายย่อย

⁶ สยามรัฐออนไลน์, ส่งเสริมระบบน้ำในไร่นา สร้างอาชีพเกษตรยั่งยืนสู่สมาชิก [ออนไลน์], 30 มกราคม 2561. แหล่งที่มา <https://siamrath.co.th/n/30292>.

ขาดศักยภาพในการเพิ่มผลผลิต และพึ่งพิงตนเองไม่ได้⁷ นอกจากนี้ทรัพยากรน้ำ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตผลิตภัณฑ์การเกษตร ในบางพื้นที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งน้ำธรรมชาติ และระบบชลประทานเข้าไม่ถึงในบางพื้นที่

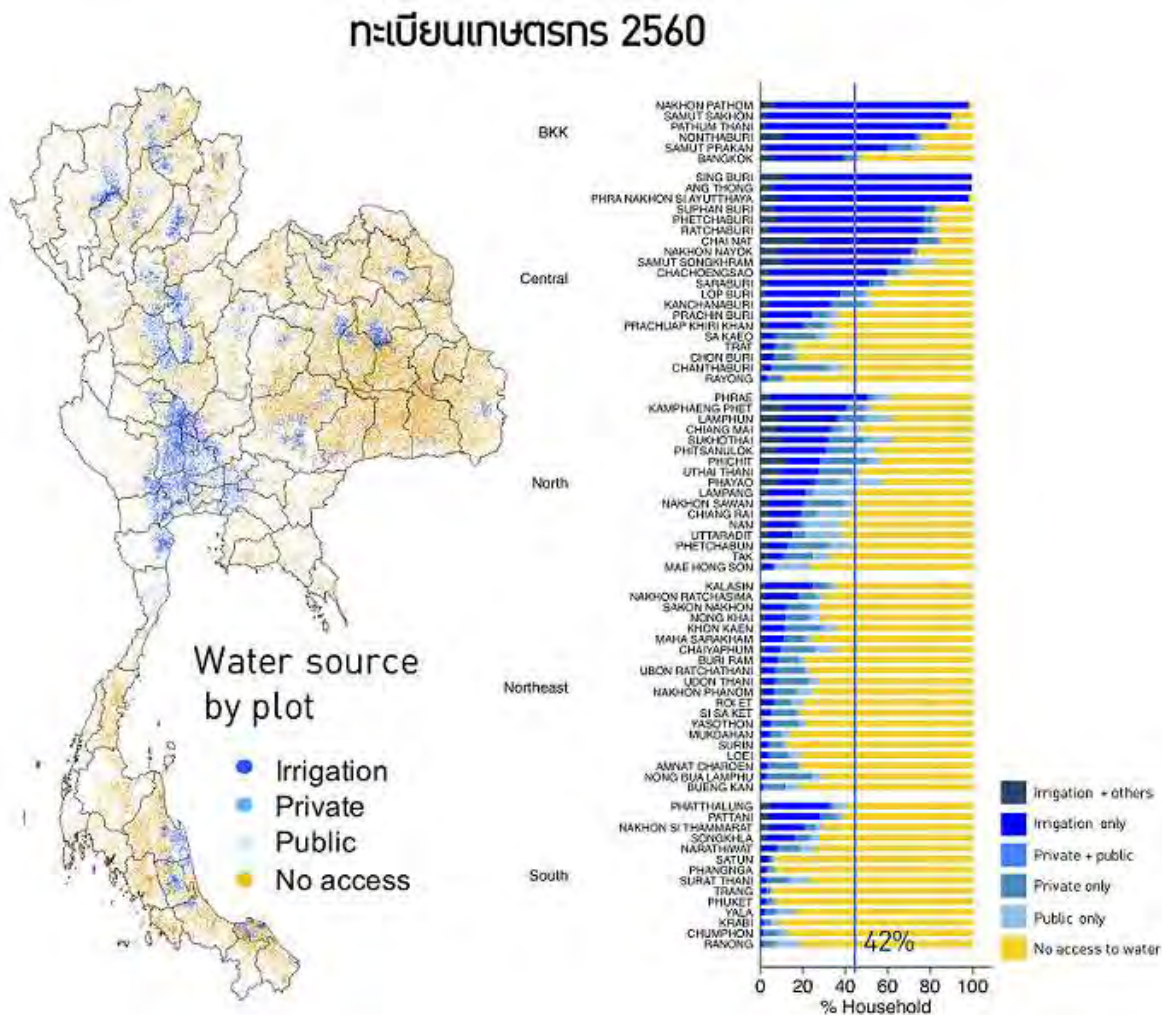
รูปที่ 1 กรรมสิทธิ์ถือครองที่ดินทำกินเชิงพื้นที่



ที่มา : สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์

⁷ สยามรัฐออนไลน์, ปัญหาภาคการเกษตร [ออนไลน์], 22 สิงหาคม 2561. แหล่งที่มา <https://siamrath.co.th/n/43346>.

รูปที่ 2 การเข้าถึงทรัพยากรน้ำของครัวเรือนเกษตร



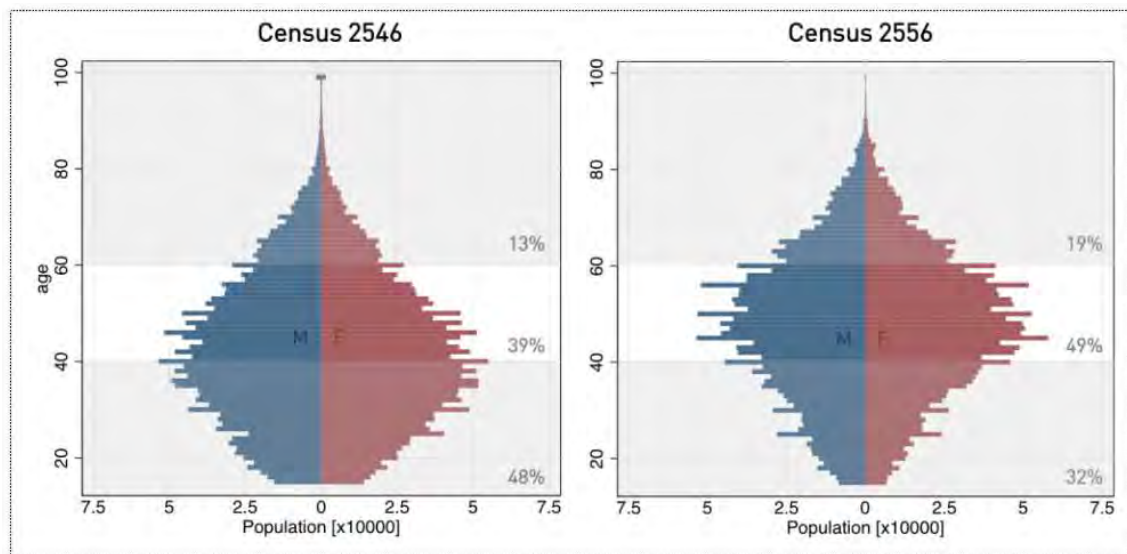
ที่มา : สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์

จากรูปที่ 1 และรูปที่ 2 เป็นข้อมูลปี 2560 ที่จัดเก็บโดยกรมส่งเสริมการเกษตร พบว่าประมาณ 59.8% ของครัวเรือนเกษตรมีกรรมสิทธิ์ถือครองที่ดินทำกิน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ นอกนั้นเป็นครัวเรือนที่เช่าที่ดินทำกิน อยู่ในภาคกลางและเหนือตอนล่างเป็นส่วนใหญ่ แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อนำมาเทียบกับข้อมูลพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงทรัพยากรน้ำได้จะพบว่า พื้นที่ที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งน้ำได้หรือเข้าได้อย่างจำกัด คือพื้นที่ที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ และพื้นที่ที่ค่อนข้างมีความอุดม

สมบูรณ์ในทรัพยากรน้ำ คือบริเวณภาคกลาง และภาคเหนือตอนล่าง แต่ปรากฏว่าพื้นที่ในบริเวณนี้ เป็นพื้นที่ที่เกษตรกรต้องเช่าเป็นส่วนใหญ่ มีความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่สูง⁸

(2) การขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง และการเช่าที่ดินทำกินเป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่าย เกษตรกรจึงเลือกที่จะไปประกอบอาชีพอื่นแทน รวมถึงในปัจจุบันคนรุ่นใหม่ นิยมไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมมากกว่ามาทำด้านเกษตรกรรม เพราะมีรายได้ที่มั่นคงกว่าการทำเกษตรกรรม เนื่องจากไม่มีใครสามารถรับประกันได้ว่า ในแต่ละฤดูกาลเก็บเกี่ยว เกษตรกรจะได้รับรายได้ขั้นต่ำเท่าไร และเพียงพอต่อค่าอยู่อาศัยหรือไม่

รูปที่ 3 จำนวนแรงงานเกษตร แยกตามอายุและเพศ



หมายเหตุ: "M" คือ เพศชาย และ "F" คือ เพศหญิง

ที่มา : สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์

⁸ สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, จุลทรรศน์ภาคเกษตรไทยผ่านข้อมูลทะเบียนเกษตรกรและสำมะโนเกษตร [ออนไลน์], 30 พฤษภาคม 2561. แหล่งที่มา

<https://www.pier.or.th/?abridged=%E0%B8%88%E0%B8%B8%E0%B8%A5%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B9%8C%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%9C%E0%B9%88>.

ภาคเกษตรไทยกำลังเผชิญกับปัญหาแรงงานสูงวัย จากรูปที่ 3 แสดงสัดส่วนของแรงงานเกษตรจากข้อมูลสำมะโนเกษตรซึ่งจัดทำทุก 10 ปี โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยแบ่งเป็น 3 ช่วงอายุ⁹ คือ

- (1) ต่ำกว่า 20-40 ปี ในปี 2546 คิดเป็น 48% แต่ในปี 2556 คิดเป็น 32% ลดลง 16%
- (2) ช่วงอายุ 40-60 ปี ในปี 2546 คิดเป็น 39% แต่ในปี 2556 คิดเป็น 49% เพิ่มขึ้น 10%
- (3) ช่วงอายุ 60 ปีเป็นต้นไป ในปี 2546 คิดเป็น 13% แต่ในปี 2556 คิดเป็น 19% เพิ่มขึ้น 6%

ปัญหาขาดแคลนแรงงานนี้ไม่ได้มีเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น แต่ในประเทศที่พัฒนาแล้วก็ประสบปัญหานี้เช่นกัน เนื่องจากอัตราการเกิดในปัจจุบันลดลงอย่างมาก และแรงงานที่มีอายุน้อยนิยมทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมมากกว่า

(3) ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น เนื่องจากปัจจัยการผลิตมีฐานจากการใช้พลังงานต้นทุนปุ๋ย ยา แรงงานสูงขึ้น ถึงแม้ว่าปัจจุบันมีแนวโน้มว่าผลผลิตทางการเกษตรจะมีราคาดี แต่ราคาที่สูงขึ้นเหล่านั้นไม่ได้ส่งผลประโยชน์กลับมาที่เกษตรกรทั้งหมด แต่มีผลให้ราคาอาหารมีราคาแพงขึ้น กลายเป็นภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มของเกษตรกร และส่งผลต่อคนรายได้ต่ำในเมืองเช่นกัน

นอกจากปัจจัยข้างต้น ยังมีปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุม เช่น โรคระบาดในพืชและสัตว์แมลง และ ภัยธรรมชาติ เช่น ฤดูแล้ง เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อจำนวน และคุณภาพของผลผลิต ที่อาจทำให้ไม่ได้มาตรฐานตามตลาดโลก และขายได้ในราคาที่ต่ำกว่ามาตรฐาน

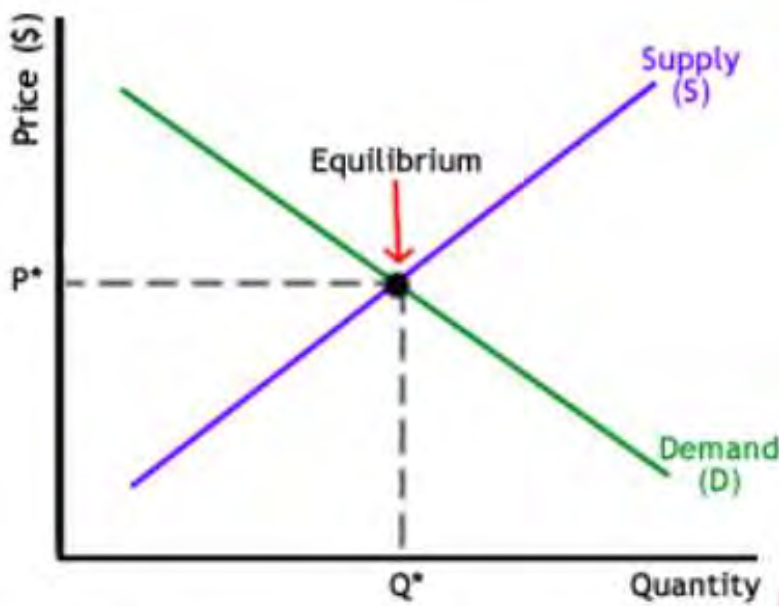
⁹ สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, **จุลทรรศน์ภาคเกษตรไทยผ่านข้อมูลทะเบียนเกษตรกรและสำมะโนเกษตร** [ออนไลน์], 30 พฤษภาคม 2561. แหล่งที่มา

<https://www.pier.or.th/?abridged=%E0%B8%88%E0%B8%B8%E0%B8%A5%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B9%8C%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%9C%E0%B9%88>.

2.1.2 ความสมดุลของผลผลิตและช่องทางการตลาด

การตลาดนั้น มีพื้นฐานตามหลักการทางเศรษฐศาสตร์¹⁰ คือ เมื่ออุปสงค์ (Demand) หรือที่เข้าใจได้ง่าย คือความต้องการซื้อ และอุปทาน (Supply) หรือ ความต้องการขาย มาพบเจอกันที่ระดับราคา (Price) และปริมาณ (Quantity) ที่ต่างฝ่ายต่างพอใจ ณ จุดใดจุดหนึ่ง ตรงจุดนั้นจะเกิด “จุดดุลยภาพ (Equilibrium)” เป็นความสัมพันธ์พื้นฐานของผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดที่มีการแข่งขัน

รูปที่ 4 จุดดุลยภาพ



ที่มา : Investopedia.com

สำหรับสินค้าทางการเกษตรนั้น เป็นสินค้าที่ควบคุมเรื่องระยะเวลาในการผลิต ปริมาณของผลผลิต และคุณภาพมาตรฐานได้ไม่แน่นอน เนื่องจากปัจจัยภายนอกหลายด้าน เช่น ภัยธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลในแต่ละสมัย เป็นต้น จากปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบต่อตลาดสินค้าการเกษตรทั้งสิ้น ยกตัวอย่าง หากในปีนั้นประเทศไทยประสบภัยแล้ง รัฐบาลต้องมีนโยบายในการบริหารทรัพยากรน้ำให้เพียงพอสำหรับทุกภาคส่วน ดังนั้นรัฐบาลจะรณรงค์ให้ประชาชนช่วยกันประหยัดน้ำ และให้เกษตรกรเปลี่ยนมาปลูกพืชที่ใช้น้ำน้อย ดังนั้นตามหลักเศรษฐศาสตร์ เมื่อเกษตรกรหันมาปลูกพืชชนิดเดียวกัน เมื่อผลผลิต

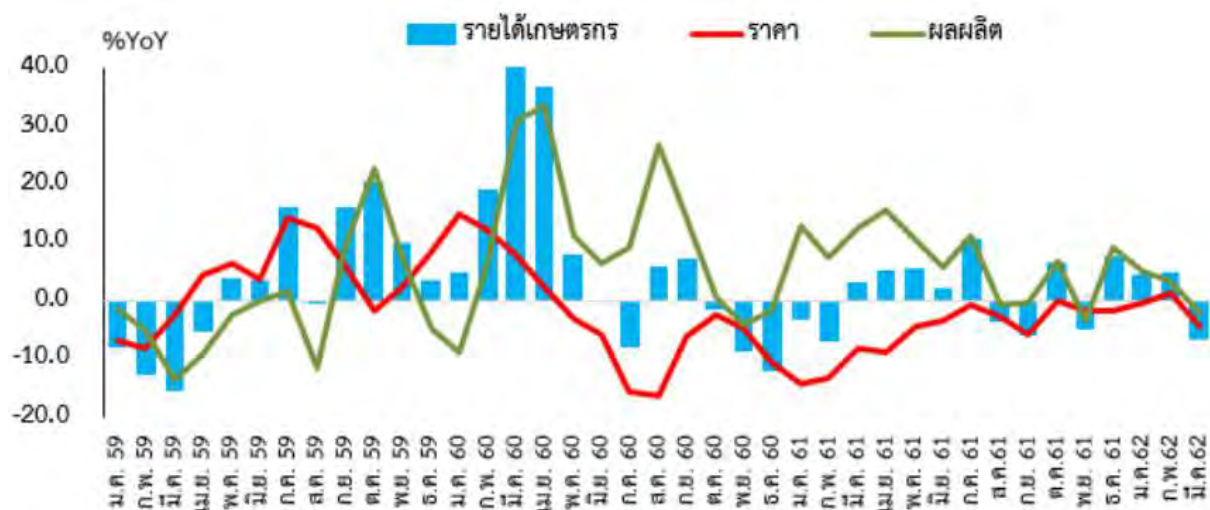
¹⁰ TerraBKK. Demand & Supply คืออะไร [ออนไลน์], 3 พฤษภาคม 2558. แหล่งที่มา

<https://www.terrabkk.com/news/61528/demand-supply->

%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3

ออกมาเป็นจำนวนมากในช่วงเวลาเดียวกัน จะมีผลกระทบต่อราคาในตลาดตามหลักของอุปทานส่วนเพิ่ม (Over Supply หรือ Excess Supply)¹¹ คือ ความไม่สมดุลกันระหว่าง อุปสงค์ (Demand) และ อุปทาน (Supply) ซึ่งฝั่งของผู้ผลิตหรือผู้ที่มีความต้องการขาย (Supply) มีสินค้าและบริการออกมาขายในปริมาณมากเกินไป ในขณะที่ความต้องการซื้อ (Demand) ไม่ได้มีมากขนาดนั้น มีผลทำให้สินค้าล้นตลาด และราคาสินค้าต้องปรับตัวลงเพื่อให้สินค้าไม่คงค้าง ซึ่งลักษณะทางกายภาพของสินค้าประเภทเกษตรกรรมนั้น สามารถเน่าเสียได้ง่าย ต้องรักษาในอุณหภูมิและความชื้นที่พอเหมาะ ดังนั้นหากผู้ขายต้องการขายให้ได้ราคาที่สูงขึ้นพึงพอใจ อาจจะต้องเก็บรักษาไว้นานและจะมีผลกระทบต่อราคาต้นทุนที่เพิ่มขึ้นในส่วนของการจัดเก็บ

รูป 5 แสดงดัชนีรายได้ ราคา และผลผลิตสินค้าเกษตร



ที่มา : ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

หลักการทางเศรษฐศาสตร์สอดคล้องกับข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ดังในรูปที่ 5 จากกราฟแสดงค่าว่า หากผลผลิตมีปริมาณสูงจะผกผันกับราคาของผลผลิตที่ร่วงลงต่ำอย่างเห็นได้ชัด ใน

¹¹ Business Administration Wiki. การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทาน [ออนไลน์], 22 มกราคม 2556. แหล่งที่มา http://mba.sorrawut.com/wiki/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88_2_%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B9%8C%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%9B%E0%B8%AA%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B9%8C%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%9B%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%99

ขณะเดียวกัน ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร แสดงข้อมูลเปรียบเทียบรายสินค้าในช่วงเดือนเดียวกันของปี 2561 และ ปี 2562¹² มีดังนี้

(1) สินค้าที่ราคาปรับตัวเพิ่มขึ้น

- 1) ข้าวเปลือกเจ้า ราคาเพิ่มขึ้นเนื่องจากผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการส่งออก และปริมาณข้าวที่ต้องการบริโภคภายในประเทศที่มีทิศทางเพิ่มขึ้น ประกอบกับภาครัฐยังคงดำเนินมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกข้าวปีการผลิต 2561/62
- 2) มันสำปะหลัง ราคาเพิ่มขึ้นเนื่องจากผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการโรงงานแป้งมันสำปะหลัง
- 3) สุกกร ราคาเพิ่มขึ้นเนื่องจากตลาดภายในประเทศยังคงมีความต้องการบริโภคอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนผู้ผลิตรายกลางและรายใหญ่มีการบริหารจัดการที่ดี สามารถจัดการฟาร์มและป้องกันโรคระบาดได้สุกรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) สินค้าที่ราคาปรับตัวลดลง

- 1) สับปะรด ราคาลดลงเนื่องจากมีผลผลิตออกสู่ตลาดมาก
- 2) ปาล์มน้ำมัน ราคาลดลงเนื่องจากความต้องการใช้น้ำมันปาล์มดิบภายในประเทศน้อยกว่าผลผลิตที่ออกสู่ตลาด ประกอบกับสต็อกน้ำมันปาล์มดิบยังมีอยู่มาก
- 3) กุ้งขาวแวนนาไม ราคาลดลงเนื่องจากประเทศคู่ค้ามีคำสั่งซื้อชะลอตัวลง

จากข้อมูลข้างต้น จะพบว่าสินค้าที่สามารถทำราคาได้ดีคือ สินค้าที่มีผลผลิตปริมาณน้อย ไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการ ในขณะเดียวกัน สินค้าที่ผลิตได้จำนวนมากเกินความต้องการ จะทำราคาได้ต่ำกว่าปกติ ตามหลักการทางเศรษฐศาสตร์ ดังนั้นความสมดุลของผลผลิตกับความต้องการของตลาดเป็นปัจจัยสำคัญของสินค้าเกษตรกรรม เนื่องจากมีผลต่อราคาขายสินค้า และส่งผลต่อรายได้ของเกษตรกรโดยตรง

2.2 มาตรการการช่วยเหลือจากภาครัฐ

รัฐบาลให้ความสำคัญกับการเกษตรกรรมและเกษตรกรไทย เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ของประเทศประกอบอาชีพเกษตรกร และพื้นที่ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมกับการทำการเกษตร รวมถึงสินค้าส่งออกที่สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย คือ สินค้าเกษตรกรรม เช่น ข้าว มันสำปะหลัง กุ้ง เป็นต้น ซึ่ง

¹² สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. ข้อมูลเศรษฐกิจ: ดัชนีราคาและผลผลิต [ออนไลน์], รายงานประจำเดือน กุมภาพันธ์ 2562. แหล่งที่มา <http://www.oae.go.th/view/1/ดัชนีราคาและผลผลิต/TH-TH>

ในแต่ละรัฐบาลมีนโยบายในการสนับสนุนสินค้าการเกษตรที่แตกต่างกันไป แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ ช่วยบรรเทาภาระของภาคการเกษตรกรรม แต่อย่างไรก็ตามภาครัฐเป็นเพียงผู้เดียวที่ให้การช่วยเหลือภาคการเกษตร ซึ่งอาจกระทำไม่ได้ทั่วถึง จึงยังคงมีปัญหาต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

2.2.1 การแทรกแซงราคาโดยรัฐบาล

เมื่อผลผลิตทางการเกษตรมีปริมาณสูงกว่าความต้องการของตลาด หรือเรียกว่าภาวะล้นตลาด มีผลให้ราคาสินค้าตกต่ำ ซึ่งส่งผลกระทบต่อกลุ่มเกษตรกรโดยตรง นำมาซึ่งการเรียกร้องให้รัฐบาลเข้ามาช่วยบรรเทาความเดือดร้อนเป็นการเฉพาะกิจ โดยการจ่ายเงินชดเชยส่วนที่ขาดทุน ซึ่งเรียกว่า การแทรกแซงราคาโดยรัฐบาล (Government Interference with Price) มีวิธีการดังต่อไปนี้

(1) การรับจำนำ¹³ คือการที่รัฐบาลจะใช้งบประมาณจำนวนหนึ่งในการรับจำนำสินค้าเกษตร เหมือนกับการที่โรงรับจำนำรับสินค้าทั่วไป โดยมีหลักการคือ ผู้รับจำนำจะให้เงินกับผู้นำของมาจำนำ และเมื่อครบกำหนดระยะเวลา ผู้ที่มาจำนำจะต้องทำการไถ่ถอนสินค้าคืนจากผู้รับจำนำโดยการชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ย มิฉะนั้นผู้รับจำนำก็จะทำการยึดสินค้านั้นไป แต่การจำนำสินค้าเกษตรโดยรัฐบาลนั้นมีความแตกต่างเล็กน้อย ตรงที่ผู้รับจำนำ (รัฐบาล) จะทำการรับจำนำสินค้าการเกษตร เช่น ข้าว เป็นต้น ด้วยราคาที่สูงกว่าราคาตลาด ดังนั้นในทางปฏิบัตินั้น การที่ผู้จำนำจะมาไถ่ถอนสินค้าคืน เป็นไปได้ยาก จึงเปรียบเสมือนว่า รัฐเป็นผู้รับซื้อสินค้าเหล่านั้นเอง

(2) การประกันราคาผลผลิต¹⁴ คือการกำหนดราคาซื้อขายไว้สูงกว่าราคาคุณภาพ (เป็นจุดที่ปริมาณความต้องการซื้อเท่ากับปริมาณความต้องการขายพอดี) รัฐจะกระทำเมื่อเห็นว่าราคาคุณภาพเป็นราคาที่ต่ำเกินไป จึงต้องทำการประกันราคาขาย เพื่อยกระดับราคาสินค้าไม่ให้ต่ำเกินไป รัฐบาลเริ่มดำเนินการครั้งแรกในฤดูการเพาะปลูกปี 2552/53 เป็นการเปลี่ยนจากโครงการรับจำนำมาเป็นโครงการประกันราคาเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของรัฐบาลในการบริหารจัดการสต็อก และลดภาระขาดทุนในการระบายสต็อกของรัฐบาล ซึ่งสินค้าเศรษฐกิจ 3 ชนิดแรกที่อยู่ในโครงการ คือ ข้าว มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยมีหลักเกณฑ์การคำนวณราคาประกัน เริ่มจากรัฐบาลจะพิจารณาจากราคาก่อนฤดูการเพาะปลูก ต้นทุนการผลิตของชาวนา บวกกับกำไรที่เกษตรกรสามารถอยู่ได้ แต่ทั้งนี้ราคาอาจจะมีแตกต่างกันตามคุณภาพ และ

¹³ Economics Thought&Ideas. การจำนำสินค้าเกษตร vs การประกันราคาสินค้าเกษตร [ออนไลน์], 5 ตุลาคม 2555. แหล่งที่มา <http://oknation.nationtv.tv/blog/econhermit/2012/10/05/entry-1>

¹⁴ Positioning. ประกันราคาสินค้าเกษตร: เกษตรได้รับประโยชน์...ลดภาระรัฐบาล [ออนไลน์], 23 กันยายน 2555. แหล่งที่มา <https://positioningmag.com/49383>

ประเภทของสินค้า รวมทั้งต้องเป็นราคาที่เป็นที่ยอมรับของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ตั้งแต่เกษตรกร พ่อค้า โรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก ผู้บริโภคในประเทศ และผ่านการรับรองของคณะกรรมการรัฐมนตรีก่อนการประกาศเป็นราคาประกัน แสดงให้เห็นว่าการกำหนดราคาประกันนั้นได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว ราคาประกันสำหรับปีเพาะปลูก 2552/2553 มีดังนี้

- 1) ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กิโลกรัมละ 7.10 บาท
- 2) หัวมันสำปะหลัง กิโลกรัมละ 1.70 บาท
- 3) ข้าวเปลือกปทุมธานี 1 เท่ากับ 10,000 บาทต่อตัน กำหนดปริมาณประกันราคา 25 ตันต่อครัวเรือน
- 4) ข้าวเปลือกเจ้านาปี 5% เท่ากับ 10,000 บาทต่อตัน กำหนดปริมาณประกันราคา 25 ตันต่อครัวเรือน
- 5) ข้าวหอมมะลิ เท่ากับ 15,300 บาทต่อตัน กำหนดปริมาณประกันราคา 14 ตันต่อครัวเรือน
- 6) ข้าวเปลือกหอมมะลิ เท่ากับ 14,400 บาทต่อตัน กำหนดปริมาณประกันราคา 16 ตันต่อครัวเรือน
- 7) ข้าวเปลือกเหนียว เท่ากับ 9,500 บาทต่อตัน กำหนดปริมาณประกันราคา 16 ตันต่อครัวเรือน

รูป 6 ราคาข้าวเปลือกเจ้าหอมมะลิ รายเดือนที่เกษตรกรขายได้ทั่วประเทศ ปี 2540 - 2553

| ปี | หน่วย:บาท/ตัน | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|---------------|--------|--------|--------------------|--------|--------|--------|--------------------|--------|--------|--------|-------------------|--------|--------|--------|-------------------|---------------------------------|
| | ม.ค. | ก.พ. | *มี.ค. | เฉลี่ย มค.-มีค. | เม.ย. | พ.ค. | มิ.ย. | เฉลี่ย มค.-มิย. | ก.ค. | ส.ค. | ก.ย. | เฉลี่ย มค.-กย. | ต.ค. | พ.ย. | ธ.ค. | เฉลี่ย มค.-ธค. | เฉลี่ยปีเพาะปลูก พ.ย. - ต.ค. |
| 2540 | 6,526 | 6,896 | 7,595 | 6,948 | 7,754 | 7,747 | 8,234 | 7,172 | 8,731 | 9,461 | 8,998 | 7,417 | 8,685 | 7,142 | 7,097 | 7,404 | 8,443 |
| 2541 | 8,977 | 9,580 | 8,749 | 9,127 | 8,374 | 8,661 | 8,495 | 8,967 | 8,278 | 8,210 | 8,088 | 8,867 | 7,454 | 6,678 | 6,276 | 8,298 | 6,623 |
| 2542 | 6,650 | 6,547 | 6,459 | 6,562 | 6,246 | 6,409 | 6,455 | 6,505 | 6,770 | 7,062 | 8,061 | 6,613 | 7,848 | 7,600 | 6,600 | 6,737 | 7,074 |
| 2543 | 6,729 | 6,802 | 6,906 | 6,803 | 6,970 | 7,413 | 7,621 | 6,912 | 8,088 | 8,232 | 7,897 | 7,060 | 7,890 | 7,074 | 6,476 | 7,017 | 6,116 |
| 2544 | 6,451 | 6,310 | 5,970 | 6,270 | 5,862 | 5,784 | 5,573 | 6,148 | 5,559 | 5,174 | 4,766 | 6,018 | 4,920 | 4,783 | 4,861 | 5,725 | 5,139 |
| 2545 | 4,838 | 4,992 | 5,098 | 4,963 | 5,089 | 5,122 | 5,390 | 5,012 | 6,085 | 6,127 | 6,375 | 5,164 | 6,290 | 6,019 | 5,559 | 5,328 | 6,562 |
| 2546 | 5,720 | 5,926 | 6,771 | 6,080 | 7,502 | 7,608 | 7,916 | 6,465 | 8,141 | 8,182 | 8,995 | 6,720 | 7,973 | 7,379 | 7,614 | 6,940 | 8,437 |
| 2547 | 8,759 | 8,791 | 9,062 | 8,853 | 9,329 | 9,209 | 8,607 | 8,929 | 7,894 | 7,704 | 7,243 | 8,758 | 7,186 | 7,777 | 7,555 | 8,460 | 7,711 |
| 2548 | 7,604 | 7,736 | 7,816 | 7,708 | 7,913 | 7,769 | 7,630 | 7,735 | 7,486 | 7,618 | 7,816 | 7,724 | 7,850 | 7,393 | 7,579 | 7,685 | 7,887 |
| 2549 | 7,628 | 7,873 | 7,960 | 7,830 | 8,028 | 8,069 | 8,160 | 7,900 | 8,353 | 8,612 | 8,642 | 8,032 | 8,685 | 8,262 | 7,882 | 8,032 | 8,326 |
| 2550 | 8,072 | 8,274 | 8,388 | 8,102 | 8,526 | 8,643 | 8,778 | 8,103 | 8,864 | 9,016 | 9,033 | 8,632 | 9,028 | 8,954 | 9,691 | 9,176 | 9,650 |
| 2551 | 10,150 | 11,906 | 12,995 | 10,408 | 17,122 | 17,292 | 15,570 | 10,432 | 14,307 | 13,621 | 13,197 | 12,098 | 13,424 | 12,728 | 12,089 | 12,536 | 12,726 |
| 2552 | 12,188 | 12,755 | 13,182 | 12,272 | 13,175 | 13,133 | 13,078 | 12,275 | 13,551 | 13,372 | 14,847 | 13,464 | 15,203 | 13,502 | 14,155 | 13,819 | 13,770 |
| 2553 | 14,106 | 14,337 | 13,948 | 14,134 | 13,607 | 13,178 | 12,803 | 14,132 | 13,125 | 13,528 | 13,895 | 13,926 | 14,070 | 13,184 | 12,837 | 13,171 | 13,127 |

ที่มา : ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลราคาประกันสินค้า กับ ราคาข้าวเปลือกเจ้าหอมมะลิของทั้งประเทศ จากรูปที่ 6 จะเห็นได้ชัดว่า ในช่วงปี 2553 ราคามีความใกล้เคียงกับราคาประกันสินค้าอย่างมาก และราคาในปี 2553 สูงกว่าปีอื่นๆ ที่ผ่านมามากเช่นกัน

การแทรกแซงกลไกของตลาดโดยรัฐบาล¹⁵ นั้น สามารถช่วยแบ่งเบาภาระของกลุ่มเกษตรกรได้โดยตรง แต่ภาระเหล่านั้นได้ส่งต่อมาเป็นภาระของรัฐบาลแทน ซึ่งรัฐบาลจะต้องหาวิธีบริหารจัดการกับสินค้าที่รับมาให้ได้ประสิทธิภาพมากที่สุด และจะต้องไม่กระทบกลไกของราคาในตลาดมากนัก เช่น หากรัฐบาลเทขายสินค้าที่รับมาทั้งหมดในราคาที่ต่ำมากเพื่อที่จะระบายสินค้าในคลัง จะส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าประเภทเดียวกันหรือคล้ายกันในพื้นที่ เพราะฉะนั้นกลุ่มเกษตรกรอีกกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจะเข้ามาเรียกร้องต่อรัฐบาลให้ชดเชยราคาที่เขาตกทุนให้ ปัญหาก็จะวนกลับมาเหมือนเดิม นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่รัฐบาลแต่ละสมัยจะต้องเตรียมรับมือ คือ ประเด็นเรื่องความโปร่งใสในการใช้งบประมาณในการบรรเทาภาระกลุ่มเกษตรกรนั้น ใช้อย่างเหมาะสม และผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ที่แท้จริง คือ กลุ่มเกษตรกรที่เดือดร้อนจริงหรือไม่ จากประเด็นต่างๆ ที่ได้กล่าวมา จะเห็นได้ว่ารัฐบาลเป็นผู้รับภาระทั้งหมดเพียงผู้เดียว ซึ่งเป็นเพียงช่วยบรรเทาความเดือดร้อนในช่วงเวลานั้นๆ เท่านั้น ไม่สามารถแก้ไขได้อย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน

2.2.2 ภาษีอากรกับการกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศ

ในการจัดเก็บภาษีอากรของรัฐบาลนั้น มีวัตถุประสงค์หลายประการซึ่งหนึ่งในวัตถุประสงค์ของการจัดเก็บภาษีคือ การใช้มาตรการภาษีเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ แก้ไขปัญหาและส่งเสริมความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เช่น ในส่วนของนิติบุคคลนั้น มีการยกเว้นการจัดเก็บภาษีของธุรกิจเอกชนที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment: BOI) และในส่วนของบุคคลธรรมดา มีการให้สิทธิลดหย่อนทางภาษีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเมืองรอง มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศเฉพาะพื้นที่ 55 จังหวัดที่ประกาศให้เป็นจังหวัดท่องเที่ยวรอง ยกตัวอย่าง จังหวัดกำแพงเพชร น่าน เชียงใหม่เฉพาะบางอำเภอ เช่น อำเภอดอยเต่า เป็นต้น

สำหรับการให้สิทธิลดหย่อนในส่วนของบุคคลธรรมดานั้น เรียกว่า ด้วบรรเทาภาษี (tax reliefs) หมายความว่า วิธีการที่ทำให้เกิดการลดภาระภาษีเงินได้ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนความเป็นธรรมในการจัดเก็บภาษีและความเป็นธรรมในการกระจายรายได้ครั้งใหม่และเพื่อประโยชน์ต่อบุคคลหรือกิจกรรมใด

¹⁵ เศรษฐศาสตร์น่ารู้. การแทรกแซงราคาโดยรัฐบาล (Government Interference with Price) [ออนไลน์], 9 กุมภาพันธ์ 2548. แหล่งที่มา <http://www2.fpo.go.th/S-I/Source/ECO/ECO20.htm>

โดยเฉพาะ ตัวบรรเทาภาษี ได้แก่ การเครดิตภาษี (tax credits) การยกเว้นภาษี (tax exemptions) การหักค่าใช้จ่ายต่างๆ (tax deductions) เช่น ค่าลดหย่อนภาษี (tax allowances) และการหักค่าใช้จ่าย (deduction of expenses) เป็นต้น ซึ่งตัวบรรเทาภาษี สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) ตัวบรรเทาภาษีในเชิงโครงสร้างภาษี (structural reliefs) คือ ค่าใช้จ่ายที่ก่อให้เกิดเงินได้ (expenses of earning income) และค่าลดหย่อนภาษีส่วนบุคคล (personal allowances) มีวัตถุประสงค์ในการใช้ ดังนี้

- 1) เพื่อหักเป็นค่าใช้จ่ายที่ก่อให้เกิดเงินได้
- 2) เพื่อช่วยให้เกิดความเป็นธรรมในการจัดเก็บภาษี เกิดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมมากขึ้น และช่วยลดความเหลื่อมล้ำในด้านรายได้ของบุคคลธรรมดา
- 3) เพื่อช่วยให้การบริหารจัดเก็บภาษีมักมีความง่ายขึ้น

(2) ตัวบรรเทาภาษีที่ไม่ใช่โครงสร้างภาษี (non-structural reliefs) หรือเรียกว่า “รายจ่ายในทางภาษี” (tax expenditures) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนบุคคลหรือกิจกรรมบางประเภทโดยหมายรวมถึง การยกเว้นภาษีเงินได้ (tax exemptions) และการหักค่าใช้จ่ายบางอย่างที่ไม่ใช่ค่าใช้จ่ายที่ก่อให้เกิดเงินได้ ออกจากเงินได้พึงประเมินหรือนักวิชาการบางท่านเรียกว่า “การหักค่าลดหย่อนตามรายการ” (itemized deductions) ได้แก่ การหักค่าลดหย่อนสำหรับค่าใช้จ่ายในการฝากครรภ์และทำคลอดบุตรคนที่สอง เป็นต้นไป การหักค่าลดหย่อนสำหรับค่าซื้อสินค้าหรือค่าบริการจากมาตรการทางภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปีในประเทศไทย¹⁶

2.2.3 มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza)

เมื่อ 12 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบโดยการออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 318 (พ.ศ. 2559) ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศผ่านการใช้จ่ายของประชาชนในการซื้อผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) ซึ่งสามารถใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามรายจ่ายจริงแต่ไม่

¹⁶ จิรศักดิ์ รอดจันทร์, “ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา หลักการและบทวิเคราะห์”, (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปี 2556)

เกิน 15,000 บาท สำหรับการซื้อสินค้าโอท็อปในช่วงระยะเวลาที่กำหนด คือ ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม ถึงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2559¹⁷

(1) ความหมายของสินค้า OTOP

เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการล้นตลาดของผลิตผลสด และช่วยยกระดับราคาผลิตผล ไม่ให้ตกต่ำ พร้อมทั้งส่งเสริมให้เพิ่มมูลค่าจากผลิตผลทางการเกษตรโดยการนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารหรือสินค้าเทียบเท่าระดับอุตสาหกรรม ที่สามารถควบคุมคุณภาพมาตรฐานในท้องถิ่นได้ และสามารถจัดเก็บได้เป็นระยะเวลานาน¹⁸ ตามนโยบายของรัฐบาล ที่ได้ริเริ่มและส่งเสริมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือเรียกว่า โอท็อป (OTOP) ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โครงการนี้คือโครงการเพื่อกระตุ้นธุรกิจประกอบการในท้องถิ่น มีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะที่ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นของแต่ละตำบล ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจากโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) ที่ประสบความสำเร็จของประเทศญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์ในการกระตุ้นให้ชุมชนหมู่บ้านพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและการตลาด เลือกผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นมาหนึ่งชิ้น จากแต่ละตำบลมาประทับตราว่า “ผลิตภัณฑ์โอท็อป” และจัดหาเวทีในประเทศและระหว่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเหล่านี้ ผลิตภัณฑ์โอท็อปครอบคลุมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง ซึ่งรวมไปถึงงานหัตถกรรม ฝ้ายและผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา เครื่องประดับแฟชั่น ของใช้ในครัวเรือนและอาหาร

ปรัชญาของ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น รวมถึงการดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาความเป็นไทย การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มีจุดเด่น เพื่อสามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

- 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (local yet global)
- 2) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (self-reliance-creativity)

¹⁷ MGR Online. “ค้าปลีก” จัดเต็มซื้อมือถือปลดหย่อนภาษี กระตุ้นรายได้สู่เศรษฐกิจท้องถิ่นและชุมชน [ออนไลน์], 1 สิงหาคม 2559. แหล่งที่มา <https://mgronline.com/business/detail/9590000076249>

¹⁸ KU E-Magazine. การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร [ออนไลน์], 5 มกราคม 2547. แหล่งที่มา <https://www.ku.ac.th/e-magazine/january47/agri/plant.html>

3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (human resource development)¹⁹

(2) วัตถุประสงค์ของมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza)

รัฐบาลออกมาตรการเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย เนื่องจากรัฐบาลเห็นว่า ตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP (One Tambon One Product) มีมูลค่าทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูงรวมกว่า 100,000 ล้านบาทต่อปี โดยมีประเภทสินค้าจำนวนกว่า 80,000 รายการ และมีส่วนในการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในระดับฐานราก อย่างไรก็ตามจากปัญหาภัยแล้งซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร และความผันผวนของเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในด้านภาคการเกษตรกรรมอย่างมาก²⁰ กล่าวคือ หลักการมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้า OTOP จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ผ่านการใช้จ่ายของประชาชนในการซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP และเป็นการกระจายรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่น และชุมชน ซึ่งจะสามารถช่วยส่งผลให้เศรษฐกิจสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จากการผลักดันจากคนในประเทศ เพื่อให้การซื้อขายมีความคล่องตัว ประชาชนจะได้รับสิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำหรับเงินที่จ่ายเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ในหมวดสินค้าท้องถิ่นไทยให้แก่ผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

(3) หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการใช้สิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย

มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย เป็นการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับเงินที่จ่ายเป็นค่าซื้อสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 15,000 บาท ในระหว่างวันที่ 1 สิงหาคม ถึงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2559 โดยสินค้านี้จะต้องเป็นสินค้าที่จดทะเบียนจากกรมการพัฒนาชุมชนแล้ว โดยมีหลักการดังนี้²¹

- 1) ผู้ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี เป็นผู้มีเงินได้ซึ่งมีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา แต่ไม่รวมถึงห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคลที่มีโชินิติบุคคล รวมทั้งการได้รับยกเว้นภาษี

¹⁹ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิจิตร กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. OTOP คืออะไร [ออนไลน์], 23 พฤษภาคม 2560. แหล่งที่มา <http://phichit.cdd.go.th/services/otop-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3>

²⁰ ข้าราชการกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 95/2559. มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) [ออนไลน์], 13 กรกฎาคม 2559. แหล่งที่มา https://www.mof.go.th/home/Press_release/News2016/095.pdf

²¹ ประกาศอธิบดีกรมสรรพากร (ฉบับที่ 272 ปี 2559), กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับเงินได้เท่าที่ได้จ่ายเป็นค่าซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

เงินได้สำหรับค่าซื้อสินค้าโอท็อป (OTOP) ระหว่างวันที่ 1 สิงหาคม ถึงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2559 ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท โดยการได้รับยกเว้นภาษีดังกล่าวจะต้องนำไปหักเป็นค่าลดหย่อนในการคำนวณเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

- 2) การซื้อสินค้าท้องถิ่นไทย จะต้องเป็น สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (สินค้าโอท็อป) ที่ได้ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชนแล้ว โดยซื้อจากผู้ขายที่เป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม
- 3) สินค้าโอท็อปดังกล่าวจะต้องเป็นสินค้าที่เสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตรา 7% เท่านั้น ส่วนสินค้าโอท็อปที่เสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตรา 0% หรือที่ได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม จะไม่ได้รับสิทธินำมาหักลดหย่อน
- 4) ผู้มีเงินได้ที่ซื้อสินค้าและชำระราคาค่าสินค้าในช่วงเวลาดังกล่าว จะต้องหลักฐานการซื้อสินค้าเป็นใบกำกับภาษีแบบเต็มรูปตามมาตรา 86/4 แห่งประมวลรัษฎากร ซึ่งมีรายการอย่างน้อย ดังต่อไปนี้²²
 - ก. คำว่า “ใบกำกับภาษี” ปรากฏในที่ที่เห็นได้เด่นชัด
 - ข. ชื่อ ที่อยู่ และเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากรของผู้ประกอบการจดทะเบียนที่ออกใบกำกับภาษี
 - ค. ชื่อ ที่อยู่ ของผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการ
 - ง. หมายเลขลำดับของใบกำกับภาษี และหมายเลขลำดับของเล่ม (ถ้ามี)
 - จ. ชื่อ ชนิด ประเภท ปริมาณ และมูลค่าของสินค้าหรือของบริการ
 - ฉ. จำนวนภาษีมูลค่าเพิ่มที่คำนวณจากมูลค่าของสินค้าหรือของบริการ โดยให้แยกออกจากมูลค่าของสินค้าและหรือของบริการให้ชัดเจน
 - ช. วัน เดือน ปี ที่ออกใบกำกับภาษี
 - ซ. ข้อความอื่นที่อธิบดีกำหนด เช่น คำว่าเอกสารออกเป็นชุด สำเนาใบกำกับภาษี ฯลฯ

²² กรมสรรพากร (2560). “มาตรการ 86/4 แห่งประมวลรัษฎากร”

หมายเหตุ²³

- 1) กรณีรายการสินค้าในใบกำกับภาษีมีทั้งรายการสินค้าโอท็อปและรายการสินค้าประเภทอื่นรวมอยู่ด้วยกัน ในส่วนที่เป็นสินค้าโอท็อป ผู้ขายจะต้องระบุข้อความในใบกำกับภาษีไว้ในแต่ละรายการสินค้านั้นว่า เป็นสินค้าโอท็อปหรือจัดทำเครื่องหมายแสดงในแต่ละรายการสินค้าที่เป็นสินค้าโอท็อปโดยมีข้อความในใบกำกับภาษีว่าเครื่องหมายดังกล่าวหมายถึงสินค้าโอท็อป
- 2) กรณีสินค้าทุกรายการในใบกำกับภาษีเป็นสินค้าโอท็อปทั้งหมด ผู้ขายอาจประทับตรา Yang ที่มีชื่อผู้ขายและมีข้อความว่า “สินค้าทุกรายการเป็นสินค้าโอท็อป” โดยไม่ต้องระบุในแต่ละรายการสินค้าก็ได้
- 3) ข้อความที่ใช้สำหรับแสดงให้เห็นว่าเป็นสินค้าโอท็อป เช่น “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” “OTOP” “โอท็อป” หรือ “One Tambon One Product” เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม อาจมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับการใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีจำนวน 15,000 บาท ตามมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) จากการซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะการนำใบกำกับภาษีมาใช้สิทธิลดหย่อนนั้น ไม่ได้หมายความว่า ทุกคนจะเสียภาษีน้อยลง 15,000 บาทเหมือนกันทั้งหมด แต่จะเป็นการลดลงตามฐานภาษีของแต่ละบุคคล ตามตารางที่ 1

²³ มติชนออนไลน์. สรรพากรแจงมาตรการช่วยโอท็อป ต้องใช้ใบเสร็จเต็มรูปแบบลดหย่อนภาษีไม่เกิน 15,000 บาท [ออนไลน์], 3 สิงหาคม 2559. แหล่งที่มา https://www.matichon.co.th/economy/news_234746

ตารางที่ 1 การคำนวณการประหยัดภาษีจากค่าลดหย่อนตามมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น
ไทยปี 2559 ตามฐานรายได้สุทธิต่อปี (บาท)²⁴

| เงินได้สุทธิ (บาท) | ฐานภาษี | ประหยัดภาษีสูงสุด (บาท) |
|-----------------------|--------------|-------------------------|
| ไม่เกิน 150,000 | ได้รับยกเว้น | ไม่ได้รับประโยชน์ |
| 150,001 – 300,000 | 5% | 750 |
| 300,001 – 500,000 | 10% | 1,500 |
| 500,001 – 750,000 | 15% | 2,250 |
| 750,001 – 1,000,000 | 20% | 3,000 |
| 1,000,001 – 2,000,000 | 25% | 3,750 |
| 2,000,001 – 4,000,000 | 30% | 4,500 |
| 4,000,001 ขึ้นไป | 35% | 5,250 |

2.2.4 เปรียบเทียบมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยปี 2559 มาตรการซื้อช่วย
ชาติ ปี 2561 และมาตรการภาษีเพื่อพยุงเศรษฐกิจในช่วงกลางปี 2562

ในปี 2561 รัฐบาลได้ออกมาตรการซื้อช่วยชาติ ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 341 (พ.ศ. 2561) ออกตาม
ความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร กรณีเงินได้ เท่าที่ได้จ่ายเป็นค่าซื้อสินค้าหรือค่าบริการ
สำหรับการซื้อสินค้าหรือรับบริการในราชอาณาจักร โดยมีข้อกำหนดดังนี้²⁵

(1) กำหนดให้เงินได้เท่าที่จ่ายเป็นค่าซื้อสินค้าหรือค่าบริการดังต่อไปนี้ สำหรับการซื้อสินค้าหรือ
รับบริการในราชอาณาจักร ตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2562 ตามจำนวนที่
จ่ายจริงแต่ไม่เกินหนึ่งหมื่นห้าพันบาท เป็นเงินได้พึงประเมินที่ได้รับยกเว้นไม่ต้องรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงิน
ได้บุคคลธรรมดา

- 1) ค่าซื้อยานยนต์ ยางรถจักรยานยนต์ หรือยางรถจักรยาน ที่ได้จ่ายให้แก่ผู้ประกอบการ
จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยอย่างดังกล่าวต้องผลิตโดยผู้ผลิตที่ชื่อวัสดุดิบจากการยาง
แห่งประเทศไทย

²⁴ Aommoney. **สรุปรายการลดหย่อนภาษีประจำปี 2559** [ออนไลน์], 14 พฤศจิกายน 2559. แหล่งที่มา

[https://aommoney.com/stories/อื่นๆ/สรุปรายการลดหย่อนภาษีประจำปี-2559-พร้อม-update-เทคนิคประหยัดภาษีที่
คุณต้องรู้/21542#jupu5ceb39](https://aommoney.com/stories/อื่นๆ/สรุปรายการลดหย่อนภาษีประจำปี-2559-พร้อม-update-เทคนิคประหยัดภาษีที่คุณต้องรู้/21542#jupu5ceb39)

²⁵ กรมสรรพากร (2561). “มาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจปี 2561”

- 2) ค่าซื้อหนังสือแต่ไม่รวมถึงหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ที่ได้จ่ายให้แก่ผู้ขายที่เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล
- 3) ค่าบริการหนังสือที่อยู่ในรูปของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต แต่ไม่รวมถึงหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ที่ได้จ่ายให้แก่ผู้ให้บริการที่เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล
- 4) ค่าซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ได้ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชนแล้วทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนด

(2) การจ่ายค่าซื้อสินค้าหรือค่าบริการตามข้อ 1 หากมิได้จ่ายในปีภาษีเดียวกัน ให้ได้รับยกเว้นภาษีตามจำนวนที่จ่ายจริงในแต่ละปีภาษี แต่เมื่อรวมกันแล้วต้องไม่เกิน 15,000 บาท

ณ เวลาที่ผู้เขียนได้เสนอหัวข้อนี้ มาตรการภาษีเพื่อพยุงเศรษฐกิจในช่วงกลางปี 2562 ยังไม่ออกมา แต่ปัจจุบัน มาตรการดังกล่าวได้รับมติเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีตามที่กระทรวงการคลังเสนอ เมื่อวันอังคารที่ 30 เมษายน 2562 เพื่อส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศการใช้จ่ายภายในประเทศ เพิ่มการซื้อขยายภาคอสังหาริมทรัพย์ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนภาคเอกชน เพื่อลดผลกระทบจากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ โดยคณะรัฐมนตรีเห็นชอบร่างกฎกระทรวง ฉบับที่...(พ.ศ. ...) ออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร จำนวน 5 ฉบับ ประกอบด้วย มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย มาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นการซื้อสินค้าเกี่ยวกับการศึกษาและกีฬา มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมการอ่าน และมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ซึ่งผู้เขียนมุ่งเน้นที่มาตรการเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้²⁶

(1) หลักการ กำหนดให้ผู้มีเงินได้ซึ่งมีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแต่ไม่รวมถึงห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีโชินนิติบุคคลสามารถนำค่าซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยไปเป็นค่าลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในการคำนวณภาษีเงินได้ตามที่จ่ายจริง ตั้งแต่วันที่คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2562 แต่ไม่เกิน 15,000 บาท

(2) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ให้เป็นไปตามที่อธิบดีกรมสรรพากรประกาศกำหนด

²⁶ RYT9. มาตรการพยุงเศรษฐกิจในช่วงกลางปี 2562 [ออนไลน์], 30 เมษายน 2562. แหล่งที่มา <https://www.ryt9.com/s/prg/2984778>

(3) ผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับ คืออาจทำให้รัฐสูญเสียรายได้จากภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ประมาณ 150 ล้านบาท

(4) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เพื่อสนับสนุนสินค้าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้ของชุมชน

(5) แนวทางการปรับปรุงกฎหมาย โดยออกกฎกระทรวง ฉบับที่... (พ.ศ. ...) ออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากรจำนวน 1 ฉบับ

ตารางที่ 2 สรุปความแตกต่างของมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยปี 2559 กับมาตรการทางภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ (ช้อปช่วยชาติ) ปี 2561²⁷

ผู้เขียนนำเสนอความแตกต่างสำหรับมาตรการทางภาษีสำหรับปี 2559 และ ปี 2561 เท่านั้น เพราะสำหรับมาตรการในปี 2562 เพิ่งเริ่มประกาศใช้ ณ วันที่ 30 เมษายน 2562 และสิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 ซึ่ง ณ วันที่ผู้เขียนจัดทำรายงานฉบับนี้ มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยปี 2562 ยังไม่สิ้นสุด

| เงื่อนไข | ปี 2559 | ปี 2561 |
|----------------------------|---|--|
| ระยะเวลา | 1 ถึง 31 สิงหาคม 2559 | 15 ธันวาคม 2561 ถึง 16 มกราคม 2562 |
| ผลิตภัณฑ์ที่นำมาลดหย่อนได้ | สินค้าจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เท่านั้น | ยางรถยนต์ (ที่ใช้วัตถุดิบในประเทศ) หนังสือ และสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ |
| มูลค่าที่นำมาลดหย่อนได้ | ไม่เกิน 15,000 บาท | ไม่เกิน 15,000 บาท |
| ปีภาษี | ใช้สิทธิลดหย่อนในปีภาษี 2559 เท่านั้น | ใช้สิทธิลดหย่อนในปีภาษีตามที่ปรากฏในใบกำกับภาษี (ปี 2561 หรือปี 2562 เท่านั้น) และจำนวนรวมกันทั้งสองปีจะต้องไม่เกิน 15,000 บาท |

²⁷ จัดทำโดยผู้เขียน

สิ่งที่แตกต่างในมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยปี 2559 กับมาตรการทางภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ (ช้อปช่วยชาติ) ปี 2561 คือ

(1) ช่วงระยะเวลา ถึงแม้ว่าทั้งสองมาตรการ จะให้ระยะเวลา 31 วันเท่ากัน แต่เดือนที่กำหนดนั้นมีผลต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจเช่นกัน กล่าวคือ มาตรการปี 2559 กำหนดให้ใบกำกับในช่วงเดือนสิงหาคม สามารถนำมาลดหย่อนได้ ส่วนของปี 2561 นั้น กำหนดในช่วงเดือนธันวาคม และเดือนมกราคม ซึ่งเป็นเดือนที่ประชาชนส่วนใหญ่ได้รับรายได้เพิ่ม จากผลงานประจำปีของแต่ละบริษัทประเมินให้ โดยทั่วไปเรียกว่า เงินโบนัส ซึ่งในช่วงปลายปี ประชาชนจะมีกำลังซื้อมากกว่าช่วงกลางปี

(2) ผลลัพธ์ที่สามารถนำมาใช้สิทธิในการลดหย่อนได้ จากตารางที่ 2 จะพบว่า ในปี 2561 สัดส่วนของสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ลดลง เพราะประชาชนสามารถเลือกที่จะซื้อ หนังสือ และยางรถยนต์ แทนที่จะซื้อสินค้าโอท็อปทั้งจำนวน

(3) ปีภาษีที่ได้รับสิทธิลดหย่อน มาตรการของปี 2561 ได้กำหนดระยะเวลาที่คาบเกี่ยว 2 ปีภาษี คือ ปี 2561 และ ปี 2562 สำหรับประชาชน อาจทำให้เกิดความสับสนได้ เนื่องจากมาตรการที่ผ่านๆ มานั้น จะสิ้นสุดในปีเดียวกัน

2.2.5 ปัญหาของมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย

จากการศึกษาวัตถุประสงค์ของมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย ที่รัฐบาลมีมาตรการในปี 2559 นั้น พบว่ามีปัญหาดังต่อไปนี้

(1) มีระยะเวลาอันสั้น กล่าวคือ คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบหลักการในวันที่ 12 กรกฎาคม 2559 และมาตรการนี้เริ่มมีผลใช้ระหว่างวันที่ 1 ถึง 31 สิงหาคม 2559 ประชาชนได้รับรู้ล่วงหน้าถึงมาตรการนี้ในช่วงระยะเวลาเพียง 19 วัน และมีเวลาในการซื้อของเพื่อนำมาใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอีก 31 วัน ซึ่งด้วยระยะเวลาวางแผนอันสั้น อาจมีผลทำให้ประชาชนไม่มีเวลาในการวางแผนทางการเงิน ทำให้บางคนเสียโอกาส และแผนการในการกระตุ้นเศรษฐกิจไม่เป็นผลดังที่คาดหวังไว้

(2) รัฐบาลไม่ได้ให้ความสนับสนุนมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยอย่างต่อเนื่อง เพราะในปีถัดมารัฐบาลออกมาตรการช้อปช่วยชาติ ที่ไม่ได้เฉพาะเจาะจงว่าต้องเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เท่านั้น

(3) ความไม่ชัดเจนของสถานที่ที่ประชาชนสามารถซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้สิทธิลดหย่อนได้ ทำให้เกิดความสับสน

(4) ความไม่หลากหลายของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีการจำหน่ายสินค้าที่เหมือนกันในแต่ละตำบล ไม่เกิดจุดเด่นในผลิตภัณฑ์

(5) ข้อจำกัดในเรื่องเงินไหลตามที่ปรากฏในกฎกระทรวง ฉบับที่ 318 (พ.ศ. 2559) ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร มาตราการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) ว่าด้วยเรื่อง การซื้อสินค้าท้องถิ่นไทย จะต้องเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (สินค้าโอท็อป) ที่ได้ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชนแล้ว โดยซื้อจากผู้ขายที่เป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งตามหลักเกณฑ์ของผู้ที่จะจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ จะมีรายได้ไม่ต่ำกว่า 1.8 ล้านบาทต่อปี จะเป็นข้อจำกัดสำหรับกลุ่มเกษตรกรรายย่อยที่มีรายได้น้อย ไม่สามารถขายสินค้าเองได้ เพราะผู้ซื้อไม่สามารถนำไปใช้สิทธิลดหย่อนได้

บทที่ 3

มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นและแนวทางการให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีบุคคล ธรรมดาของประเทศญี่ปุ่น

การใช้มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมหรือกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศนั้น ไม่ได้มีแต่ในประเทศไทยเท่านั้น แต่เป็นมาตรการที่นิยมใช้กันในต่างประเทศเช่นกัน ซึ่งอาจมีลักษณะและจุดประสงค์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ ดังเช่น ในประเทศไทยมีมาตรการทางภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น หรือที่เรียกว่า มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) มีวัตถุประสงค์เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และเผยแพร่สินค้าโอท็อป (OTOP) ให้เป็นที่รู้จัก โดยรัฐบาลได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ สินค้าโอท็อปนั้นมีต้นกำเนิดมาจากประเทศญี่ปุ่น เรียกว่า OVOP (One Village, One Product) ผู้เขียนจึงเลือกศึกษามาตรการทางภาษีเพื่อกระตุ้นสินค้าท้องถิ่น และสิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดาของประเทศญี่ปุ่น หลักเกณฑ์ ระยะเวลา และเงื่อนไขในการใช้สิทธิประโยชน์ที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการลดหย่อนภาษี ซึ่งจะกล่าวในบทถัดไป

3.1 สภาวะทางสังคมและเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่น

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่แพ้สงครามโลก และต้องเสียค่าปฏิกรรมสงครามจำนวนมหาศาล ณ ขณะนั้นประเทศผู้แพ้สงครามโลกประสบวิกฤติทางเศรษฐกิจต่ำต้อยอย่างมาก แต่ในปัจจุบันประเทศญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก รองจาก ประเทศสหรัฐอเมริกา และ ประเทศจีน เป็นการพิสูจน์ได้ถึงความสามารถในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของญี่ปุ่นที่ทำได้อย่างดี ตั้งแต่เผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และเป็นประเทศแรกในภูมิภาคเอเชียที่พัฒนาตัวเองเป็นประเทศอุตสาหกรรม

3.1.1 สภาวะทางสังคมของประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่น เป็นประเทศหมู่เกาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ตั้งอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิก ประเทศญี่ปุ่นมีพื้นที่ 377,972 ตารางกิโลเมตร และมีจำนวนประชากรประมาณ 126,420,000 คน ในขณะที่ประเทศไทยมีพื้นที่ 513,120 ตารางกิโลเมตร และมีจำนวนประชากร 67,247,000 คน ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ปัญหา

ที่ประเทศพัฒนาแล้วกำลังเผชิญคือ อัตราการเกิดในประเทศลดลง แต่จำนวนคนสูงอายุเพิ่มขึ้นทุกปี และประเทศญี่ปุ่นก็เป็นหนึ่งในประเทศที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งในปี 2560 ประเทศญี่ปุ่นมีผู้ที่มีอายุเกิน 100 ปีมากเป็นประวัติศาสตร์ คือจำนวนมากกว่า 65,000 คนจากประชากรทั้งหมด 127 ล้านคน คิดเป็น 4.8 คนต่อประชากร 100,000 คน²⁸ ประกอบด้วยลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาประมาณร้อยละ 70 ซึ่งไม่สามารถใช้เป็นที่อยู่อาศัยหรือทำการเพาะปลูกได้ เพราะมีลักษณะสูงชัน และมีโอกาสที่จะเกิดดินถล่มจากแผ่นดินไหวหรือฝนตกหนัก ญี่ปุ่นจึงมีพื้นที่ทางการเกษตรเพียงร้อยละ 12.6 ของประเทศ และมีแรงงานด้านเกษตรเพียง 7.5% ของจำนวนแรงงานทั้งหมด รายได้จากภาคเกษตรมีสัดส่วนเพียง 2% ของ GDP ของประเทศ²⁹ ซึ่งปัจจุบันอัตราพึ่งพาตนเองในด้านอาหาร (Self Sufficiency Ratio) มีอัตราลดลงอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งผู้ประกอบอาชีพเกษตรกรรมมีอายุมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้รัฐบาลต้องปฏิรูประบบการเกษตรกรรมในประเทศเพื่อช่วยเหลือกลุ่มเกษตรกรที่มีอายุมากขึ้นเรื่อยๆ และผลผลิตทางการเกษตรที่ลดลง ที่มีผลต่อความมั่นคงในอุปสงค์อาหาร (stable food supply) ทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศมากขึ้น เกิดความไม่เสถียรภาพในประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงต้องมีแนวทางพัฒนาและแก้ไขให้เกษตรกรมีความยั่งยืน เช่น รัฐบาลช่วยในการพัฒนาปรับปรุงสายพันธุ์ของพืชชนิดต่างๆ เป็นต้น

3.1.2 สภาวะเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่น

ปัจจุบัน ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ผลิตยานยนต์ได้มากเป็นอันดับ 3 ของโลก³⁰ ที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก เช่น โตโยต้า ฮอนด้า เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใหญ่ที่สุดของโลก เช่น โซนี่ แคนนอน เป็นต้น ประเทศญี่ปุ่นมีความสามารถใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต ซึ่งสามารถลดปัญหาเรื่องขาดแคลนแรงงานไปได้ส่วนหนึ่ง พร้อมทั้งระบบเศรษฐกิจของญี่ปุ่นมีลักษณะแบบการกระจุกตัวในเมืองใหญ่ ตามรายงานสำมะโนประชากรพบว่า ประมาณ 116 ล้านคน หรือคิดเป็น 91% ของประชากรทั้งหมด อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ๆ ของ

²⁸ Thumbsupteam. “ญี่ปุ่น” สะท้อนอะไรผ่าน “สังคมผู้สูงอายุ” [ออนไลน์], 15 มกราคม 2561. แหล่งที่มา

<https://thumbsup.in.th/2018/01/japan-elderly-society-impact/>

²⁹ Office of Agricultural Affairs, Royal Thai Embassy, Tokyo. ประเทศญี่ปุ่น [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://oaa-tokyo.jp/wp/wp-content/uploads/54066d536861836efe4989861ea09b9e.pdf>

³⁰ Wikipedia. เศรษฐกิจญี่ปุ่น, 25 พฤษภาคม 2559 [ออนไลน์]. แหล่งที่มา

<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%8D%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%9B%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99>

ญี่ปุ่น เช่น โตเกียว โยโกฮามะ โอซากะ นาโงยะ เป็นต้น³¹ ซึ่งตามหลักเศรษฐศาสตร์ การกระจุกความเจริญภายในพื้นที่เล็กๆ มีข้อดีดังนี้

(1) เมื่อความเจริญกระจุกตัว จะเกิดการแบ่งงานทางเศรษฐกิจที่ถี่และมีประสิทธิภาพขึ้น เมื่อจำนวนคนมากและเกิดอุปสงค์ในตลาด ย่อมทำให้เกิดร้านค้าและบริการหลากหลายตามโอกาสทางธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้น

(2) ทำให้ต้นทุนธุรกรรมในการค้นหาข้อมูลต่ำลง พุดง่ายๆ คือมีการสื่อสารและเปลี่ยนข้อมูลทางธุรกิจได้ง่าย จะเห็นว่าภายในมหานครล้วนมีเขตการค้าไม่กี่แห่งที่บริษัทชั้นนำมักตั้งอยู่รวมกัน

(3) เป็นผลดีต่อการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะนักวิจัยหากอยู่รวมกันจำนวนมากหรือมีการแข่งขันกันภายในพื้นที่ ย่อมกระตุ้นให้เกิดผลงานใหม่ๆ³²

การกระจุกตัวทางเศรษฐกิจในเมืองใหญ่มีข้อดีหลายประการต่อระบบเศรษฐกิจ เพราะเมื่อมีคนจำนวนมากอยู่รวมกัน ความสามารถในการขับเคลื่อนธุรกิจทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศจะเติบโตได้อย่างเสถียรภาพ มีปัจจัยจาก “ผลิตผล” และ “การเพิ่มขึ้นของประชากร” เพื่อจะได้ช่วยกันสร้างผลิตผล และช่วยกันบริโภคให้เศรษฐกิจเติบโตอย่างยั่งยืน³³ ซึ่งในปัจจุบันญี่ปุ่นกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ชนบท ส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงานและรายได้ที่กระจุกตัวในเมืองหลัก เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศแยกลง เพราะการเกิดที่ลดลง และประชากรวัยทำงานส่วนใหญ่นิยมอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ ดังนั้น รัฐบาลจึงมีมาตรการในการส่งเสริมและกระตุ้นเศรษฐกิจในชนบทให้ดีขึ้น เช่น นโยบายเปิดรับชาวต่างชาติมาทำงานในสถานที่ขาดแคลน

³¹ Wikipedia. รายชื่อนครในประเทศญี่ปุ่นเรียงตามจำนวนประชากร [ออนไลน์], 22 มกราคม 2562 แหล่งที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B8%8D%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%9B%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%95%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%88%E0%B8%B3%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%A3>

³² กรุงเทพธุรกิจ. ยุทธศาสตร์ใหม่: กระจุกความเจริญ [ออนไลน์], 4 มิถุนายน 2558. แหล่งที่มา <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/634689>

³³ Club Vi. ทำไมเศรษฐกิจญี่ปุ่นถึงขบยาว [ออนไลน์], 27 มิถุนายน 2559. แหล่งที่มา <https://clubvi.com/2016/06/27/japaneco/>

นโยบายแจกบ้านพร้อมสนับสนุนค่าซ่อมแซมตกแต่งเพื่อจูงใจคนหนุ่มสาวมาอาศัยในชนบท และมาตรการลดหย่อนทางภาษีรายได้บุคคลธรรมดาเมื่อบริจาคให้พื้นที่ชนบท เป็นต้น

3.2 มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นและแนวทางการให้สิทธิลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดา

แต่ละประเทศมีการนำมาตราการทางภาษีมาใช้เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่นเดียวกับประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นไปในลักษณะที่ต่างกันไป แต่มีจุดประสงค์เดียวกัน คือ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศนั้นๆ ถึงแม้ว่าในปัจจุบัน ประเทศญี่ปุ่นจะเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก รองจาก ประเทศสหรัฐอเมริกา และ ประเทศจีน แต่จากสถานการณ์ในประเทศ ที่มีผลทำให้เกิดความไม่เสถียรภาพด้านเศรษฐกิจได้ เช่น การที่รายได้กระจุกตัวในเมืองใหญ่ สังคมผู้สูงอายุ เป็นต้น ดังนั้น จึงมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในชนบท โดยการให้สิทธิลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดาสำหรับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ดังที่จะกล่าวในบทถัดไป

3.2.1 มาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจในชนบท และแนวทางการให้สิทธิลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดาในประเทศญี่ปุ่น

เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่นิยมย้ายสำมะโนครัวไปอาศัยในเมืองใหญ่ ทั้งนี้เพื่อความสะดวกสบายโอกาสในหน้าที่การงาน และการลงทุน เป็นต้น ดังนั้นเพื่อกระตุ้นให้เกิดการกระจายรายได้ให้ทั่วถึงทุกภูมิภาค และส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นให้เป็นที่นิยมในประเทศ รัฐบาลจึงมีมาตรการจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือท้องถิ่น โดยที่ประชาชนสามารถเลือกได้โดยสมัครใจว่า ต้องการจะช่วยเหลือจังหวัดไหน จำนวนเงินเท่าไร และสามารถนำหลักฐานการจ่ายมาใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดาได้อีกด้วย ซึ่งหลักการภาษีนี้นี้เรียกว่า ภาษีบ้านเกิด (Furusato Nozei หรือ Hometown Tax)

(1) วัตถุประสงค์ของมาตรการภาษีบ้านเกิด (Furusato Nozei หรือ Hometown Tax)

ระบบการบริหารจัดการของญี่ปุ่นนั้น เป็นการให้โอกาสท้องถิ่นในการบริหารงานและเก็บภาษีมาพัฒนาท้องถิ่นด้วยตนเอง ซึ่งมีข้อดีคือ ท้องถิ่นสามารถใช้งบได้ตรงความต้องการของคนในพื้นที่นั้นๆ เช่น หากจังหวัดนั้นมีภัยพิบัติเกิดขึ้น การฟื้นฟูจะเกิดขึ้นได้ทันที เพราะแต่ละท้องถิ่นมีงบประมาณเป็นของตนเอง แต่ในปัจจุบันญี่ปุ่นเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้ในบางท้องถิ่น ประชาชนลดน้อยลงไปเรื่อยๆ และเหลือแต่ผู้สูงอายุ จึงเกิดปัญหาให้เก็บภาษีได้น้อยลงจนไม่สามารถนำไปพัฒนาและลงทุนอะไรใหม่ๆ ได้ ดังนั้นในปี 2551 รัฐบาล

จึงเกิดระบบภาษีบ้านเกิด (Hometown tax) เพื่อช่วยดึงดูดเงินจากประชาชนทั่วไปให้เข้าสู่ท้องถิ่นทั่วญี่ปุ่นได้ แม้ว่าผู้จ่ายภาษีให้จะอยู่ห่างออกไปคนละมุมประเทศกับท้องถิ่นที่ได้รับเงินนั้น³⁴

(2) หลักเกณฑ์และขั้นตอนการปฏิบัติของมาตรการภาษีบ้านเกิด (Furusato Nozei หรือ Hometown Tax)

แนวทางของมาตรการภาษีบ้านเกิด (hometown tax หรือ Furusato nozei) คือ ระบบที่ช่วยให้ประชาชนสามารถบริจาคเงินให้กับหน่วยงานท้องถิ่นที่ตัวเองอยากให้การสนับสนุน โดยไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นเมืองที่เป็นบ้านเกิดจริงๆ ของตัวเองก็ได้ โดยเงินบริจาคที่รวบรวมได้จะถูกนำไปใช้เพื่อการรักษาอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อชุมชน และสมบัติทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น การช่วยเหลือการเลี้ยงดูเด็กหรือการนำไปฟื้นฟูพื้นที่ที่ได้รับความเสียหายจากการประสพภัยธรรมชาติ เป็นต้น นอกจากนี้การจ่ายภาษีบ้านเกิด มีสิ่งที่จะช่วยจูงใจมากสิ่งหนึ่งคือ เมื่อผู้ที่เข้าร่วมบริจาคเงินจำนวนหนึ่งให้แก่ท้องถิ่น ทางท้องถิ่นจะมอบของขวัญตอบแทน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นของขึ้นชื่อ หรือสินค้าที่ผลิตได้เยอะของท้องถิ่นนั้น เช่น ข้าว เนื้อ ผลไม้ งานศิลปะ และเบียร์ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ หากเปรียบเทียบกับของประเทศไทย ก็เปรียบเสมือนกับเป็นผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) นั่นเอง เท่ากับว่าแทนที่ประชาชนจะจ่ายภาษีเต็มจำนวน แต่หากแบ่งมาจ่ายให้กับภาษีบ้านเกิดส่วนหนึ่ง ประชาชนจะได้รับสินค้าคุณภาพดีประจำท้องถิ่นนั้นตอบแทนกลับไปด้วย เป็นนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นที่น่าสนใจยิ่ง สำหรับผู้ที่สามารถเข้าร่วมมาตรการทางภาษีบ้านเกิดได้ คือ ผู้ที่มีเงินได้ทุกคน ซึ่งผู้เข้าร่วมสามารถเลือกว่าจะจ่ายเงินให้ท้องถิ่นไหน โดยอาจจะเลือกบริจาคให้ท้องถิ่นของบรรพบุรุษตนเอง หรือเลือกที่ความน่าสนใจของโครงการพัฒนาท้องถิ่นที่ท้องถิ่นนั้นๆ นำเสนอ หรือเลือกจากของตอบแทนที่ท้องถิ่นนั้นๆ จะมอบให้ มีขั้นตอนต่อไปนี้³⁵

- 1) ผู้เสียภาษีต้องเช็คอัตราของตัวเองว่าจะสามารถจ่ายเงิน Hometown Tax ได้สูงสุดเท่าไร ตามรายรับต่อปี
- 2) ผู้เสียภาษีจะเลือกท้องถิ่นที่ต้องการจ่ายเงินสนับสนุนให้ เลือกได้สูงสุด 5 ท้องถิ่น
- 3) เมื่อจ่ายเงินไปแล้ว แต่ละท้องถิ่นจะส่งของตอบแทนมาให้ ตามแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ กำหนดไว้ พร้อมทั้งใบเสร็จหลักฐานการจ่ายเงินสนับสนุน

³⁴ เจแปนนิค. Hometown Tax: Crowdfunding ในรูปแบบภาษีที่ไม่ได้มีมติแคลตหย่อน แต่ได้ของแถมด้วย [ออนไลน์], 12 สิงหาคม 2560. แหล่งที่มา <https://thematter.co/thinkers/hometown-tax-crowdfunding-with-benefits/31993>

³⁵ เรื่องราวเกี่ยวกับญี่ปุ่นในมุมมองใหม่. “ภาษีบ้านเกิด” ระบบภาษีญี่ปุ่นที่คนจ่ายอยากได้และสุขใจผู้รับ [ออนไลน์], 3 พฤศจิกายน 2560. แหล่งที่มา <https://anngle.org/th/j-lifestyle/furusato-tax.html>

- 4) เมื่อถึงเวลาที่ต้องยื่นเสียภาษีให้นำเอาใบเสร็จหลักฐานการจ่ายเงินสนับสนุนยื่นด้วย โดยผู้เสียภาษีได้รับเงินคืนกลับมาส่วนหนึ่ง และส่วนที่เหลือก็จะถูกนำไปยกยอดเอาไปใช้ ยกเว้นภาษีในปีต่อไป โดยถูกหักค่าธรรมเนียมจำนวน 2,000 เยน

บุคคลธรรมดาในประเทศญี่ปุ่นมีภาระภาษีที่ต้องรับผิดชอบ คือ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax) มีอัตราภาษีก้าวหน้าเช่นเดียวกับในประเทศไทย และภาษีท้องถิ่น (Local Tax) คือ ภาษีที่มีความสำคัญต่อองค์กรปกครองท้องถิ่น หรือเรียกว่า ภาษีเพื่อการอยู่อาศัย (Prefectural Inhabitants Tax) โดยสำหรับบุคคลธรรมดานั้น จะจัดเก็บกับผู้ที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนั้น โดยภาษีนี้จะเริ่มจ่ายตอนปีที่สองของการทำงาน แต่วิธีการคำนวณนั้นจะใช้ฐานจากรายได้ของปีที่หนึ่งมาคำนวณ คิดเป็นอัตราภาษีประมาณ 10% จากรายได้ประจำปี ส่วนนิติบุคคล จะเก็บกับนิติบุคคลที่ตั้งสำนักงานอยู่ในเขตพื้นที่ของจังหวัดนั้น

ตารางที่ 3 อัตราภาษีก้าวหน้าของบุคคลธรรมดาในประเทศญี่ปุ่น³⁶

| รายได้ต่อปี (เยน) | อัตราภาษี | จำนวนเงินที่ใช้สิทธิในการลดหย่อนได้ |
|-----------------------------|-----------|-------------------------------------|
| 1,000 – 1,949,000 เยน | 5% | 0 เยน |
| 1,950,000 – 3,299,000 เยน | 10% | 97,500 เยน |
| 3,300,000 – 6,949,000 เยน | 20% | 427,500 เยน |
| 6,950,000 – 8,999,000 เยน | 23% | 636,000 เยน |
| 9,000,000 – 17,999,000 เยน | 33% | 1,536,000 เยน |
| 18,000,000 – 40,000,000 เยน | 40% | 2,796,000 เยน |
| มากกว่า 40,000,000 เยน | 45% | 4,796,000 เยน |

³⁶ ทำงานในญี่ปุ่น. เรื่องที่ควรรู้ก่อนทำงานที่ญี่ปุ่น – ว่าด้วยเรื่องสัญญาจ้าง และภาษี [ออนไลน์], 30 สิงหาคม 2560. แหล่งที่มา <http://www.ilovejapan.co.th/work/entry/workatjapan>

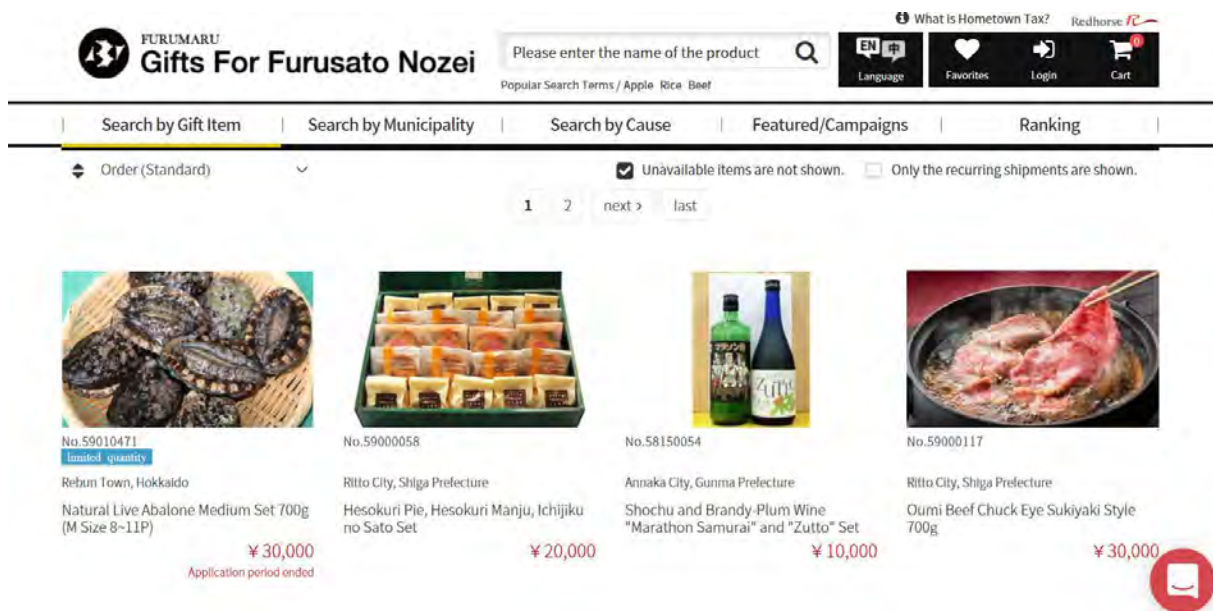
ยกตัวอย่างวิธีการปฏิบัติ³⁷

นางสาวอิมาวาริมิรายได้ต่อปี 3,000,000 เยน เมื่อตรวจสอบแล้ว พบว่าสามารถจ่าย Hometown Tax ได้ 30,000 เยนต่อปี นางสาวอิมาวาริมิจึงตัดสินใจจ่ายเงินสนับสนุนให้ 3 ท้องถิ่น จำนวนท้องถิ่นละ 10,000 เยน โดยได้รับของตอบแทนดังนี้ ลิ่นว้าวจากจังหวัดมียากิ เบียร์จากฮอกไกโด และเนื้อวัวจากเมืองฮิตะ ในกิฟุ ซึ่งวัตถุประสงค์ในการใช้เงินในแต่ละท้องถิ่น จะถูกนำไปใช้ต่างกันในวาระแตกต่างกันออกไป คือฟื้นฟูพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากซึนามิ อุดหนุนสหกรณ์โคนมในฮอกไกโด และส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองฮิตะ ซึ่งสำหรับนางสาวอิมาวาริมิ นั้น เมื่อถึงเวลายื่นจ่ายภาษี จะได้เงินคืนทันที 3,000 เยน และยกยอด 25,000 เยนไปใช้ในการลดภาษีปีถัดไป (สำหรับใช้ลดหย่อนภาษีท้องถิ่น) อีก 2,000 เยนคือเงินที่จะไม่ได้รับคืน ถ้าคิดในทางกลับกัน จะพบว่าสินค้าที่นางสาวอิมาวาริมิได้รับ คือสินค้าชื่อดังจากทั้ง 3 ท้องถิ่นและเสียเงินเพียง 2,000 เยนเท่านั้น คิดเป็นเงินบาทประมาณ 600 บาท (ใช้อัตราแลกเปลี่ยนที่ 100 เยนเท่ากับ 30บาท) ซึ่งสินค้าเหล่านั้นมีมูลค่าที่สูงกว่ามาก

- (3) เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์มาตรการภาษีบ้านเกิด (hometown tax หรือ Furusato nozei) ให้เข้าถึงภาคประชาชน

มาตรการของรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นนั้น จะสามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพหากได้รับความสนใจ และการให้ความร่วมมือจากภาคประชาชน ดังนั้นเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน การชี้แจงเรื่องของระยะเวลาในการบริจาคแล้วนำไปเสร็จมาลดหย่อน วิธีการปฏิบัติ และช่องทางที่เข้าถึงได้ง่าย เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสามารถจูงใจประชาชนให้มาเข้าร่วมได้ ดังนั้นในปีค.ศ. 2015 รัฐบาลจึงเพิ่มช่องทางการบริจาคทางอินเทอร์เน็ต โดยจัดทำเป็นภาษาญี่ปุ่น และ ภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมให้ชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศญี่ปุ่น มีส่วนร่วมในนโยบายนี้ได้ ซึ่งในเว็บไซต์มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ที่สามารถทำให้ประชาชนรับรู้ถึงสิทธิประโยชน์ที่ตัวเองจะได้รับ เช่น เครื่องมือในการคำนวณจากฐานรายได้ว่าผู้ที่สนใจสามารถบริจาคได้เท่าไร รวมถึงข้อมูลของแต่ละท้องถิ่นที่ชี้แจงถึงโครงการและวัตถุประสงค์ในการนำเงินบริจาคไปใช้ และข้อมูลของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของแต่ละท้องถิ่นที่จะมอบให้กับผู้ที่บริจาคให้กับท้องถิ่นเหล่านั้น

³⁷ เรื่องราวเกี่ยวกับญี่ปุ่นในมุมมองใหม่. “ภาษีบ้านเกิด” ระบบภาษีญี่ปุ่นที่คนจ่ายอยากได้และสุขใจผู้รับ [ออนไลน์], 3 พฤศจิกายน 2560. แหล่งที่มา <https://anngle.org/th/j-lifestyle/furusato-tax.html>

รูป 7 เว็บไซต์ภาษาอังกฤษสำหรับมาตรการภาษีบ้านเกิด³⁸

ที่มา : Furumaru Gifts For Furusato Nozei

จะเห็นว่าเว็บไซต์ที่แสดงในรูปที่ 7 นั้น มีความเข้าใจง่าย โดยมีการแบ่งประเภทในการค้นหา คือ ค้นหาตามประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะได้รับจากท้องถิ่น ค้นหาตามชื่อท้องถิ่น หรือ ค้นหาตามเหตุการณ์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นต้น ยกตัวอย่าง ถ้าเลือกที่จะบริจาคโดยมีหลักเกณฑ์การเลือกตามผลิตภัณฑ์ที่จะได้รับจากท้องถิ่นนั้น (รูปด้านบน) การที่ผู้บริจาคจะได้รับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ผู้บริจาคจะต้องจ่ายเท่ากับมูลค่าที่ปรากฏได้รูปผลิตภัณฑ์นั้น เช่น รูปแรกคือ natural live abalone medium set 700 g. (M size 8-11 pieces) จาก Rebun Town, Hokkaido ผู้ที่ต้องการสินค้านี้จะต้องบริจาค 30,000 เยน ในช่วงเวลาที่กำหนด เนื่องจากสินค้ามีจำนวนจำกัด เป็นต้น ความน่าสนใจในการเลือกบริจาคตามผลิตภัณฑ์นั้น คือ สินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล โดยแต่ละท้องถิ่นจะนำสินค้าเด่นๆ ที่มีเฉพาะในท้องถิ่นตนเองมานำเสนอแข่งขัน เช่น ผลไม้ตามฤดูกาล สัตว์เศรษฐกิจตามฤดูกาล เช่น ปูชน หอยเม่น เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะได้รับความนิยมสูง และมีจำนวนจำกัด เพราะฉะนั้นผู้ที่จะบริจาคต้องติดตามสินค้าได้ทางเว็บไซต์ และบริจาคในช่วงเวลาที่กำหนด สำหรับผู้ที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีจำนวนจำกัด

³⁸ Furumaru Gifts for Furasato Nozei. **Search by Gift Item** [ออนไลน์], แหล่งที่มา <https://en.furumaru.jp/products/list.php>

รูป 8 รายได้จากภาษีบ้านเกิด³⁹

ที่มา : Marketeer Online

การประชาสัมพันธ์ที่รัฐบาลให้การสนับสนุนเกี่ยวกับนโยบายภาษีบ้านเกิดอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่เริ่มมาตรการในปีค.ศ. 2008 หรือพ.ศ. 2551 จนถึงปัจจุบันนั้น ส่งผลให้ได้รับการสนับสนุนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากภาคประชาชน จากจำนวนเงินที่มีผู้บริจาดเพิ่มขึ้นทุกปีดังที่แสดงในรูปที่ 8 ซึ่งในปีค.ศ. 2015 รัฐบาลได้เริ่มเปิดช่องทางการบริจาดทางอินเทอร์เน็ต สามารถเข้าถึงประชาชนได้สะดวกขึ้น มีผลทำให้ประชาชนรับรู้ถึงสิทธิประโยชน์ที่ตัวเองได้รับ เมื่อเปรียบเทียบปีค.ศ. 2015 กับ 2016 พบว่า จำนวนผู้บริจาดเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 5.44 ล้านคน และจำนวนเงินที่บริจาดเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 119,100 ล้านบาท เมื่อคิดเป็นอัตราส่วน พบว่าปีค.ศ. 2016 เพิ่มขึ้น 1.7 เท่าจากปีค.ศ. 2015 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

การกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น จากมาตรการภาษีบ้านเกิด ที่รัฐบาลให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องนั้น ได้รับความสนใจจากภาคประชาชนอย่างยิ่ง เนื่องจากการให้ของภาคประชาชน นอกจากจะได้รับสิทธิประโยชน์ที่สามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้และภาษีท้องถิ่นได้เป็นจำนวนเงินเท่ากับส่วนที่เหลือจากการหัก 2,000 เยนออกจากยอดเงินบริจาดแล้ว (ทั้งนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับรายได้และโครงสร้างครอบครัวของผู้บริจาด) ผู้บริจาดจะได้รับของตอบแทนจากท้องถิ่น เช่น ข้าว เนื้อ สัตว์เลี้ยง หรือเปียร์ เป็นต้น

³⁹ Marketeer the Academy. รู้จัก Furusato Nozei ระบบจ่ายภาษี ที่มีของขวัญเป็น ข้าว เนื้อ หรือเปียร์ [ออนไลน์], 27 ธันวาคม 2560. แหล่งที่มา <https://marketeeronline.co/archives/5905>

เพื่อเป็นการขอบคุณที่บริจาคเงินให้ท้องถิ่น เพื่อนำไปใช้ในโครงการต่างๆ ที่เป็นการพัฒนาประชากรและชุมชนในท้องถิ่นนั้น จากมาตรการนี้นอกจากจะช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลแล้ว ประชาชนทั้งในเมืองและในชุมชนท้องถิ่นก็ได้รับผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย เป็นความเต็มใจทั้งผู้ให้ และสุขใจทั้งผู้รับ

บทที่ 4

แนวทางปรับปรุงมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) เพื่อสนับสนุน สินค้าท้องถิ่นและการให้สิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในประเทศไทย

จากการศึกษาถึงประเด็นปัญหาของมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นของประเทศไทยนั้น เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับการศึกษา มาตรการทางภาษี วิธีการจูงใจ และแนวทางการให้สิทธิลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดาในประเทศญี่ปุ่น พบว่า มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นในประเทศไทยมีความแตกต่างจากมาตรการทางภาษีในประเทศ ญี่ปุ่นในประเด็นต่างๆ ซึ่งผู้เขียนทำการศึกษาและวิเคราะห์เปรียบเทียบมาตรการทางภาษีของประเทศไทยกับ ประเทศญี่ปุ่นสำหรับประเด็นต่างๆ ซึ่งจะกล่าวในอันดับต่อไป

4.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นในประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น

มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยในประเทศไทยนั้น หรือที่เรียกว่า สินค้า OTOP เป็น มาตรการที่รัฐบาลนำมาใช้ในระยะเวลาอันสั้น และไม่มีความต่อเนื่อง โดยมีเงื่อนไขในการซื้อสินค้าที่มีการ กำหนดหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่จะได้รับสิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 2 ใน หัวข้อ 2.2.3 มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย แต่สำหรับมาตรการทางภาษีในประเทศญี่ปุ่น เป็นมาตรการระยะยาว มีการใช้อย่างต่อเนื่อง และมีเงื่อนไขในการให้สิทธิลดหย่อนทางภาษีบุคคลธรรมดา แตกต่างไปจากประเทศไทย ซึ่งสามารถสรุปได้ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยกับมาตรการภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่น⁴⁰

| ประเด็น | มาตรการทางภาษีในประเทศไทย | มาตรการทางภาษีในประเทศญี่ปุ่น |
|--|--|--|
| ระยะเวลาในการให้สิทธิในการลดหย่อนทางภาษี | <ol style="list-style-type: none"> ปี 2559 ระหว่างวันที่ 1-31 สิงหาคม 2559 ปี 2561 ระหว่างวันที่ 15 ธันวาคม 2561 ถึง 1 มกราคม 2562 ปี 2562 ระหว่างวันที่ 30 เมษายน 2562 ถึง 30 มิถุนายน 2562 (รายงานฉบับนี้ จัดทำก่อนที่มาตรการทางภาษีฉบับนี้จะสิ้นสุด) | ให้ระยะเวลาทั้งปี |
| รูปแบบของกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น | ให้เลือกซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) | ให้บริจาคเงินแก่ท้องถิ่น แล้วได้ของขวัญจากท้องถิ่นนั้น เป็นการตอบแทนเมื่อบริจาคตามยอดที่กำหนดไว้ |
| เงื่อนไขของผู้ขายสินค้า | <ol style="list-style-type: none"> เป็นผู้ที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน และ เป็นผู้ประกอบการที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม | ไม่ได้จำกัดเพียงคุณสมบัติของผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นการมอบเงินให้ท้องถิ่น ท้องถิ่นจะคัดเลือกผลิตภัณฑ์จากคนในชุมชนมามอบให้เป็นการตอบแทน |
| เงื่อนไขของผู้ซื้อสินค้า | สามารถชำระค่าซื้อสินค้าได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต | สามารถชำระค่าซื้อสินค้าได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต อาจจะมีเฉพาะบางสินค้าที่มีข้อกำหนดให้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพียงอย่างเดียว |

⁴⁰ จัดทำโดยผู้เขียน

| ประเด็น | มาตรการทางภาษีใน ประเทศไทย | มาตรการทางภาษีใน ประเทศญี่ปุ่น |
|---|---|--|
| วิธีการที่จะได้รับสิทธิลดหย่อน ทางภาษี | ซื้อสินค้าที่อยู่ในโครงการหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และต้อง ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนา ชุมชน พร้อมทั้งต้องเป็นผู้ที่จัด ทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม | บริจาคเงินให้แก่ละท้องถิ่น ตามที่ รัฐบาลกำหนดไว้ โดยสามารถ เลือกตามโครงการพัฒนาที่แต่ละ ท้องถิ่นนำเสนอ หรือเลือกจาก ผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นที่สนใจ โดย ต้องบริจาคตามจำนวนเงินที่ กำหนด ถึงจะได้รับของตอบแทน ชิ้นนั้น |
| ช่องทางในการซื้อสินค้า | <ol style="list-style-type: none"> สำหรับในกรุงเทพฯ สามารถซื้อได้ที่ ศูนย์จัด แสดง จำหน่ายและ กระจายสินค้า หรือ เรียกว่า OTOP Center อยู่ที่ใต้ทางด่วนเพลินจิต และมีการจัดงานชั่วคราว ที่อิมแพค เมืองทองธานี ตามระยะเวลาที่กำหนด ในต่างจังหวัด สามารถ ซื้อได้จากร้านค้าที่ร่วม โครงการ โดยจะติดป้าย หน้าร้านว่า OTOP ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถใช้สิทธิ ในการลดหย่อนภาษีได้ จะต้องสอบถามร้านค้าก่อน ว่าสามารถออกใบกำกับภาษี ให้ได้หรือไม่ เพราะถ้าร้านค้า ไม่สามารถออกให้ได้ ผู้ซื้อ สินค้าจะไม่สามารถนำมาใช้ สิทธิในการลดหย่อนภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดาได้ | สามารถบริจาคผ่านเว็บไซต์ที่ รัฐบาลประชาสัมพันธ์ได้เลย โดย สามารถเลือกภาษาญี่ปุ่นหรือ ภาษาอังกฤษได้ |

| ประเด็น | มาตรการทางภาษีในประเทศไทย | มาตรการทางภาษีในประเทศญี่ปุ่น |
|---------------------|--|---|
| สิทธิลดหย่อนทางภาษี | ใบกำกับภาษีจากการซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถนำมาใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ แต่จะต้องเป็นร้านค้าที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน | การบริจาคให้ท้องถิ่นนั้น สามารถนำมาใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และภาษีท้องถิ่น |

4.1.1 ระยะเวลาในการให้สิทธิลดหย่อนทางภาษี

จากการศึกษามาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย และการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นในประเทศไทยเปรียบเทียบกับมาตรการทางภาษีของประเทศญี่ปุ่น พบว่าประเทศไทยให้สิทธิลดหย่อนทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยเป็นระยะเวลาอันสั้น โดยจำกัดระยะเวลาเพียง 30 วัน ในระหว่างเดือนสิงหาคม ปี 2559 15 วัน ในช่วงปลายปี 2561 และ 15 วัน ในช่วงต้นปี 2562 รวมทั้งในเวลาที่ผู้เขียนกำลังจัดทำเอกัตศึกษาฉบับนี้ มีมติคณะรัฐมนตรีเห็นชอบตามที่กระทรวงการคลังเสนอ เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2562 ออกร่างกฎกระทรวง ฉบับที่ ... (พ.ศ. ...) ออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร จำนวน 5 ฉบับ หนึ่งในนั้นคือ มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย ระหว่างวันที่ 30 เมษายน 2562 ถึง 30 มิถุนายน 2562 เป็นระยะเวลาประมาณ 60 วัน ตามตารางด้านล่าง

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบช่วงเวลามาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย⁴¹

| มาตรการออกเพื่อปี | 2559 | 2561 | 2562 |
|-------------------|-----------------------|------------------------------------|--------------------------------|
| ระยะเวลา | 1 ถึง 31 สิงหาคม 2559 | 15 ธันวาคม 2561 ถึง 16 มกราคม 2562 | 30 เมษายน ถึง 30 มิถุนายน 2562 |
| มูลค่า | 15,000 บาท | 15,000 บาท | 15,000 บาท |

⁴¹ จัดทำโดยผู้เขียน

เมื่อเทียบช่วงระยะเวลาของแต่ละปี พบว่าการประกาศใช้มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยนั้น มีช่วงเวลาที่ไม่แน่นอนในแต่ละปี และบางปีก็ไม่มีมาตรการเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย แสดงให้เห็นถึงความไม่สม่ำเสมอและไม่ต่อเนื่อง ดังในปี 2559 ส่งเสริมให้ซื้อสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP) โดยสามารถนำใบกำกับภาษีมาลดหย่อนได้ เฉพาะสินค้าที่ซื้อในเดือนสิงหาคมเท่านั้น สำหรับปี 2560 รัฐบาลมีมาตรการทางภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี หรือเรียกว่า ซุปเปอร์ซาวด์ ซึ่งไม่ได้กำหนดว่าจะต้องเป็นสินค้าท้องถิ่นไทยเท่านั้น ดังนั้นไม่ถือว่าเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าท้องถิ่นไทยโดยตรง พอปี 2561 รัฐบาลยังคงนโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจปลายปี ดังเช่นในปี 2560 แต่มีการจำกัดประเภทสินค้าที่สามารถนำมาใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีได้ โดยเน้นที่สินค้าโอท็อป (OTOP) ยางรถยนต์ และหนังสือ ล่าสุดในปี 2562 รัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจกลางปี ซึ่งหนึ่งในสินค้าที่รัฐบาลสนับสนุน คือ สินค้าโอท็อป (OTOP)

อย่างไรก็ตาม การกระตุ้นมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย ไม่ได้มีแบบแผนของเวลาที่แน่นอนและต่อเนื่อง ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าช่วงเวลาการซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านมา 3 ปีนั้น ไม่ได้อยู่ในช่วงเวลาเดียวกันเลยของแต่ละปี และในบางปีไม่มีมาตรการส่งเสริมสำหรับสินค้าโอท็อป นอกจากนี้ ในแต่ละปีรัฐบาลประกาศมาตรการทางภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ในระยะเวลาที่กระชั้นชิด ดังเช่นมาตรการล่าสุดปี 2562 ที่รัฐบาลประกาศใช้เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2562 และมีผลทันทีในวันนั้น อาจส่งผลให้ประชาชนไม่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้า เช่น ไม่มีเวลาวางแผนทางการเงินก่อน และอาจจะเสียโอกาสที่จะได้ใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา หากผู้ันได้ซื้อสินค้าก่อนเวลาที่รัฐบาลประกาศมาตรการทางภาษี เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการทางภาษีของประเทศญี่ปุ่น ที่เปิดโอกาสให้ใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนได้ทั้งปี ผู้ที่สนใจในการใช้สิทธินี้ สามารถวางแผนการเงินของตนเองได้ และสามารถรองจนกว่าจะเจอสินค้า หรือโครงการ ที่สนใจแล้วค่อยบริจาคได้

4.1.2 รูปแบบ และเงื่อนไขในการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น

มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยในประเทศไทยนั้น มีวัตถุประสงค์เดียวกันกับ ภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่น คือ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น ส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชนในท้องถิ่น และแบ่งเบาภาระรัฐบาลในภาคเกษตรกรรม แต่วิธีการและเงื่อนไขของทั้งประเทศไทย และ ประเทศญี่ปุ่น มีความแตกต่างกัน

สำหรับประเทศไทยนั้น มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยเน้นส่งเสริมให้ซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จากผู้ประกอบการที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน และต้อง

จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มด้วย โดยผู้ซื้อสินค้าต้องเก็บใบกำกับภาษี เพื่อนำไปเป็นหลักฐานสำหรับการใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาประจำปีนั้น สำหรับวิธีการชำระค่าสินค้านั้น สามารถชำระได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต ในขณะที่มาตรการภาษีบ้านเกิด (Hometown Tax หรือ Furusato Nozei) ของประเทศญี่ปุ่น คือ การบริจาคเงินให้กับโครงการที่แต่ละท้องถิ่นนำเสนอ ซึ่งถ้าผู้บริจาคให้เงินเป็นจำนวนๆ หนึ่งตามเป้าที่กำหนดไว้ ท้องถิ่นจะมอบของขวัญตอบแทนให้กับผู้บริจาคผู้นั้น เป็นสินค้าประจำท้องถิ่นนั้น เช่น ข้าว เนื้อสัตว์ ผักตามฤดูกาล ผลไม้ตามฤดูกาล เบียร์ท้องถิ่น สัตว์เลี้ยง หรือ แพ็คเก็จทัวร์ในท้องถิ่น เป็นต้น หน่วยงานรัฐประจำแต่ละท้องถิ่น เป็นเสมือนตัวกลางที่ช่วยบริหารเงินบริจาค โดยการคิดโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นนั้นๆ และคัดเลือกของขวัญตอบแทนให้กับผู้บริจาค โดยต้องเป็นของดีและของดีประจำท้องถิ่นนั้น ทั้งนี้เป็นการช่วยส่งเสริมให้ประชาชนมีงาน มีอาชีพที่มั่นคง และไม่ต้องกังวลว่าผลผลิตที่ผลิตออกมานั้นจะล้นตลาด

4.1.3 ช่องทางในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

การใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำหรับมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยในประเทศไทยนั้น ผู้เสียภาษีจะใช้สิทธิได้ เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์จากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ที่ประสงค์จะใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีนั้น จะต้องตรวจสอบให้ละเอียดว่า สินค้าที่ซื้อมานั้น มาจากร้านที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน และได้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มหรือไม่ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และสร้างภาระให้กับประชาชน เป็นการเพิ่มขึ้นตอนให้ประชาชนจำเป็นต้องตรวจสอบข้อมูลร้านค้าให้ละเอียด เพื่อให้สามารถนำมาใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญเพื่อชี้แจงให้ชัดเจนว่า สถานที่ไหนบ้างที่สามารถซื้อสินค้าและนำไปใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีได้อย่างแน่นอน เพื่อป้องกันความผิดพลาดได้ เพราะถ้าประชาชนซื้อผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จากร้านค้าที่ไม่ได้อยู่ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ จะไม่สามารถใช้สิทธิได้ แต่สำหรับมาตรการภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่นนั้น รัฐบาลได้เปิดช่องทางทางเว็บไซต์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้สนใจในมาตรการภาษีบ้านเกิด สามารถทำการผ่านทางเว็บไซต์ได้ทันที สำหรับเว็บไซต์นั้น รองรับทั้งภาษาญี่ปุ่น และ ภาษาอังกฤษ สำหรับชาวต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งผู้ที่เข้าร่วมมาตรการภาษีบ้านเกิด ที่ทำการผ่านทางเว็บไซต์นั้น สามารถมั่นใจได้ว่า ทุกการบริจาค่นั้น สามารถนำไปใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีได้ทั้งหมด พร้อมทั้งจะได้รับของขวัญเพื่อขอบคุณผู้ที่บริจาคให้กับท้องถิ่นนั้นๆ อีกด้วย

4.1.4 สิทธิลดหย่อนทางภาษี

สำหรับประเทศไทย มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยนั้น ผู้เสียภาษีสามารถนำมาใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ จากการซื้อผลิตภัณฑ์จากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในช่วงเวลาที่กำหนด และต้องได้ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน และจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งผู้เสียภาษีสามารถนำไปกำกับภาษีจากการซื้อสินค้า มาหักลดหย่อนได้ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 15,000 บาท เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการทางภาษีบ้านเกิดในประเทศญี่ปุ่น โดยมีการกำหนดเงื่อนไขในการบริจาคเป็นชั้น อ้างอิงกับจำนวนรายได้ต่อปี พร้อมทั้งลักษณะทางครอบครัว เช่น โสด แต่งงาน มีลูกเล็กหรือลูกที่บรรลุนิติภาวะแล้ว ทั้งนี้สิทธิในการลดหย่อนทางภาษีนั้น ผู้เสียภาษีสามารถนำเงินที่บริจาคให้ท้องถิ่นตามมาตรการภาษีบ้านเกิดมาใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และภาษีท้องถิ่นได้ ซึ่งผู้เสียภาษีสามารถเลือกแบ่งสัดส่วนของเงินบริจาคในการลดหย่อนเองได้ เช่น บริจาค 10,000 เยน ผู้เสียภาษีเลือกที่จะใช้ลดหย่อนในภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 5,000 เยน และส่วนที่เหลืออีก 5,000 เยน นำมาลดหย่อนภาษีท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้มาตรการทางภาษีของประเทศญี่ปุ่นมีระยะเวลาในการให้สิทธิยาวนานกว่าประเทศไทย โดยให้สิทธิหักลดหย่อนได้ทั้งปี ในขณะที่ประเทศไทยจำกัดช่วงเวลา ซึ่งในแต่ละปี มีการระบุช่วงเวลาที่แตกต่างกัน

4.2 แนวทางแก้ไขและปรับปรุงมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นในประเทศไทย ตามแนวทางของประเทศญี่ปุ่น

จากประเด็นปัญหาของมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยในประเทศไทยที่ได้กล่าวไปใน บทที่ 2 ภาครัฐควรพิจารณาถึงประเด็นดังกล่าวและกำหนดแนวทางแก้ไข ปรับปรุงมาตรการดังกล่าวให้มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และสร้างให้ฐานการตลาดของสินค้าท้องถิ่นไทยให้มีความเสถียรภาพ ซึ่งแนวทางปรับปรุงแก้ไข สามารถแบ่งเป็นประเด็นหลักได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 ปัญหาและแนวทางแก้ไขปรับปรุงมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) ในประเทศไทย⁴²

| ประเด็นปัญหา | สาเหตุของปัญหา | แนวทางแก้ไขและปรับปรุง |
|---|--|--|
| <p>ความต่อเนื่องของการส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย</p> | <p>มาตรการภาษีในแต่ละปี มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศ โดยวิธีการให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีในแต่ละปี มีความแตกต่างกันออกไป เช่น กลางปี 2559 มีมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย แล้วก็เว้นช่วง โดยมีมาตรการใหม่ออกมาแทนคือ มาตรการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจปลายปี เป็นต้น มีผลทำให้การส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยมีความไม่ต่อเนื่อง รวมถึงความกระชั้นชิดในการประกาศใช้มาตรการภาษี ไม่มีการแจ้งล่วงหน้าให้ประชาชนได้รับรู้ก่อน</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อให้วัตถุประสงค์ในการส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย เป็นไปอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลควรออกมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยในทุกๆ ปี เพื่อให้เกิดความเสถียรภาพในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าจากเกษตรกร 2. รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงภาคประชาชน โดยจัดทำเป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ โดยให้รายละเอียดล่วงหน้าก่อนที่มาตรการภาษีจะมีผลบังคับใช้ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสในการศึกษา และ ทำความเข้าใจถึงเงื่อนไขในการใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษี |

⁴² จัดทำโดยผู้เขียน

| ประเด็นปัญหา | สาเหตุของปัญหา | แนวทางแก้ไขและปรับปรุง |
|---|--|--|
| <p>ระยะเวลาของการให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษี</p> | <p>ในปี 2559 และ ปี 2561 ถึง ปี 2562 รัฐบาลกำหนดระยะเวลาในการให้ใช้สิทธิประโยชน์จากการซื้อสินค้าท้องถิ่นไทย เพื่อนำมาใช้ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นระยะเวลาเพียง 30 วัน สำหรับปี 2559 และ 15 วัน ต่อปี สำหรับปี 2561 และปี 2562 ถือเป็นระยะเวลาอันสั้น เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่น</p> | <p>เสนอให้ขยายระยะเวลา โดยให้สิทธิประชาชนในการซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และนำมาใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีได้ทั้งปี เช่นเดียวกับมาตรการภาษีบ้านเกิดในประเทศญี่ปุ่น โดยอาจจะเริ่มพิจารณาให้สิทธิลดหย่อนภาษีเป็นเวลา 2 ถึง 3 ปี ก่อน เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงผลลัพธ์ว่า สามารถช่วยส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ ซึ่งถ้าผลออกมาดี ควรนำมาตรการนี้บรรจุเป็นส่วนหนึ่งของการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบถาวร เช่นเดียวกับการซื้อประกันชีวิต เป็นต้น เพื่อเป็นการสนับสนุนภาคการเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน</p> |
| <p>เงื่อนไขของมาตรการภาษี</p> | <p>เนื่องจากมาตรการภาษีมียกกำหนดเงื่อนไขว่า ผู้ที่ต้องการใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีนั้น จะต้องซื้อสินค้าจากร้านที่ได้ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน และเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มเท่านั้น จึงส่งผลให้เกษตรกรรายย่อยไม่ได้รับโอกาส และมีส่วนร่วมกับมาตรการนี้เท่าที่ควร</p> | <p>1. เสนอให้ส่วนราชการท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างเกษตรกร และประชาชน เพื่อให้หน่วยงานราชการท้องถิ่นมีอำนาจในการให้สิทธิในการรับรองสินค้า และสามารถออกเอกสารการซื้อของ เพื่อนำไปใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีได้</p> |

| ประเด็นปัญหา | สาเหตุของปัญหา | แนวทางแก้ไขและปรับปรุง |
|--------------|----------------|--|
| | | 2. เสนอให้หน่วยงานราชการ ท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการ คัดเลือกสินค้าเด่นของแต่ละ ภูมิภาค โดยเลือกสินค้าที่มี ชื่อเสียงประจำท้องถิ่น และมี ลักษณะเฉพาะ เช่น สามารถ เพาะปลูกหรือผลิตได้เฉพาะ ภูมิภาคนั้น เช่น ทุเรียน นนทบุรี เป็นต้น เพื่อป้องกัน ปัญหาสินค้าล้นตลาด มีผล ทำให้ราคาสินค้าตกต่ำ นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริม ให้เกษตรกรคิดค้น และ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใน ท้องถิ่นให้มีคุณค่ามากขึ้น และมีลักษณะเฉพาะตัว |

จากการวิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหา สาเหตุของปัญหาและแนวทางการแก้ไขปรับปรุงมาตรการภาษี เพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยในประเทศไทยตามตารางข้างต้น ผู้เขียนจึงขอเสนอแนวทางแก้ไขและปรับปรุง มาตรการดังกล่าว โดยสามารถแบ่งประเด็น ดังนี้

4.2.1 การให้การสนับสนุน และส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเสนอให้รัฐบาล ขยายเวลาในการให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับมาตรการทางภาษีเพื่อ ส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย

การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นไทยอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ ตาม คำนิยามว่า “ไทยทำ ไทยใช้ ไทยเจริญ” และเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ดังนั้นรัฐบาลควรให้การ สนับสนุนในการประชาสัมพันธ์และขยายระยะเวลาในการให้สิทธิประโยชน์ในการซื้อสินค้าท้องถิ่นไทย ซึ่ง ประชาชนควรได้รับการสื่อสารถึงแนวทาง ข้อปฏิบัติ เงื่อนไข และสถานที่ที่เข้าร่วมอย่างชัดเจนผ่านการ ประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพของรัฐบาล เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ให้ความรู้ และกระตุ้นความสนใจให้

ประชาชนเข้าร่วมมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันนั้น ประชาชนไม่สามารถเตรียมตัวล่วงหน้าได้ว่า รัฐบาลจะมีมาตรการภาษีที่สามารถนำมาใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในช่วงไหน เพราะเมื่อรัฐบาลประกาศมาตรการออกมาทางสื่อ ก็มีผลทันที ณ วันนั้น โดยการประชาสัมพันธ์ต้องมีรายละเอียดเกี่ยวกับมาตรการออกมาล่วงหน้า เพื่อให้ประชาชนได้เตรียมตัวในการวางแผนทางการเงิน และวางแผนภาษีส่วนบุคคล นอกจากนี้รัฐบาลควรประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่รัฐบาลสามารถรับรองได้ว่า ประชาชนที่ซื้อสินค้าจากสถานที่ที่ทางการได้ประชาสัมพันธ์ไว้ สามารถนำไปกำกับภาษีมาใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้แน่นอน โดยที่ประชาชนไม่ต้องกังวลว่าร้านค้าที่จะซื้อสินค้าด้วยนั้น ได้ลงทะเบียนอยู่ในกรมการพัฒนาชุมชน และเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มแล้วหรือยัง ซึ่งรัฐบาลสามารถให้ความมั่นใจ และเพิ่มความสนใจแก่ภาคประชาชนได้

ในขณะเดียวกัน ระยะเวลาสำหรับการให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดานั้น มีความสำคัญเช่นเดียวกัน โดยที่ผ่านมานั้น รัฐบาลให้ระยะเวลาสำหรับมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยในแต่ละปี อยู่ที่ประมาณ 30 ถึง 60 วันเท่านั้น และจากการประชาสัมพันธ์ที่กระชั้นชิด และไม่ต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนเกิดความสับสน และไม่ทันเตรียมตัวเพื่อที่จะเข้าร่วมมาตรการภาษีที่รัฐบาลกำหนดขึ้น จากประเด็นนี้ จึงเสนอให้รัฐบาลขยายระยะเวลาในการให้สิทธิในการซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยขยายจากช่วงระยะเวลา 30 ถึง 60 วัน เป็นให้สิทธิในการซื้อสินค้าได้ตลอดทั้งปี และสามารถนำมาใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้สำหรับปีภาษีนั้น เช่นเดียวกับภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้เป็นการสนับสนุนให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ไม่ได้กระตุ้นในระยะเวลาอันสั้น ตามกำหนดการของมาตรการทางภาษีที่มีอยู่ในปัจจุบัน

4.2.2 การแก้ไขเงื่อนไขของมาตรการทางภาษี

เนื่องจากผู้เสียภาษีที่ต้องการใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ตามมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) นั้น จะต้องซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน และเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มเท่านั้น ถือเป็นกำกวมโอกาสทางการค้าของกลุ่มเกษตรกรรายย่อยที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่รัฐบาลกำหนด เพราะฉะนั้นวัตถุประสงค์ของรัฐบาลที่ต้องการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นจะไม่สามารถบรรลุตามเป้าหมายได้ จากประเด็นนี้ รัฐบาลจึงควรแก้ไขกฎหมายเพื่อให้มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยเอื้อประโยชน์ต่อกลุ่มเกษตรกรทุกระดับ โดยการมอบหมายให้หน่วยงานราชการในท้องถิ่นที่เป็นผู้มีอำนาจในการ

ออกเอกสารทดแทนแก่ผู้ซื้อสินค้า สำหรับผู้ขายที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม แต่ยังคงเป็นผู้ที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชนเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่า ผู้ผลิตเป็นบุคคลในชุมชน ไม่ใช่พ่อค้าคนกลาง โดยผู้ซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถนำเอกสารที่ออกจากหน่วยงานราชการท้องที่ฉบับนี้มาแสดงเพื่อใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้เท่าเทียมกับการใช้ใบกำกับภาษีจากผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

ทั้งนี้ หน่วยงานราชการท้องถิ่น ควรร่วมกับกรมการพัฒนาชุมชน ในการคัดเลือกสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะตัวสำหรับท้องถิ่นนั้นจริงๆ เพื่อให้แต่ละท้องถิ่นมีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ประจำชุมชน ซึ่งจะส่งผลดีต่อราคาสินค้า ลดการแข่งขัน และทำให้ไม่เกิดภาวะสินค้าล้นตลาด ทั้งนี้หน่วยงานราชการควรส่งเสริมและให้ความรู้แก่เกษตรกรในท้องถิ่นเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ประจำชุมชน ในการผลิต ดูแล และรักษาคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐานเดียวกัน

4.3 ข้อควรระวังจากปัญหาภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่น

มาตรการภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่นนั้น รัฐบาลต้องการส่งเสริมรายได้ให้กระจายสู่ท้องถิ่น ซึ่งผู้ที่เข้าร่วมมาตรการนี้ จะได้รับของขวัญตอบแทนจากท้องถิ่นนั้นเช่นกัน ซึ่งผู้ที่จ่ายก็ให้อย่างเต็มใจ และสุขใจทั้งคู่ แต่อย่างไรก็ตาม มาตรการดังกล่าวก็อาจมีผลเสีย เนื่องจากในบางท้องถิ่นไม่มีสินค้าที่ดึงดูดใจผู้บริจาคตทำให้ได้รับเงินบริจาคจากภาคประชาชนน้อยกว่าท้องถิ่นอื่น แต่ถ้าท้องถิ่นไหนมอบของตอบแทนเป็นของที่มีมูลค่าสูง และได้รับความนิยมมาก จะได้รับความนิยมและได้รับเงินบริจาคมากจากภาคประชาชนเป็นประจำทุกปี ส่งผลให้เกิดการกระจุกตัวของรายได้ในบางท้องถิ่น และเกิดความเหลื่อมล้ำ เพราะการรับบริจาคตนั้นแต่ละท้องถิ่นไม่ได้มีการจำกัดจำนวนผู้ที่จะบริจาค เพราะฉะนั้นท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมก็จะได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง แตกต่างจากท้องถิ่นอื่นที่อาจจะไม่ได้รับเงินบริจาคเลย เพราะมีของตอบแทนที่ไม่น่าสนใจเท่าท้องถิ่นอื่นๆ

ดังนั้นเพื่อป้องกันปัญหาที่ได้กล่าวมา รัฐบาลควรหาแนวทาง เพื่อป้องกันไม่ให้รายได้กระจุกตัวในบางพื้นที่ โดยอาจขอความร่วมมือจากหน่วยงานราชการในท้องที่และกรมการพัฒนาชุมชน เข้ามาดูแล และตรวจสอบจำนวนสินค้าจากกำลังการผลิตของแต่ละชุมชน และเสนอให้มีการกำหนดโควตาการจัดจำหน่ายสินค้าในแต่ละท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนให้รายได้กระจายตัวไปในแต่ละท้องถิ่น โดยอาจจะมีการกำหนดจำนวนของที่จะขาย หรือมีการเปิดรับจองสินค้าล่วงหน้า เป็นต้น

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

จากการศึกษาถึงปัญหาการเกษตรและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นรวมถึงมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza) ทั้งวัตถุประสงค์ หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและปัญหาของมาตรการดังกล่าว ซึ่งผู้เขียนได้ศึกษา มาตรการภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่น โดยวิเคราะห์ เปรียบเทียบมาตรการภาษีของประเทศไทยกับ มาตรการภาษีของประเทศญี่ปุ่น โดยผู้เขียนขอสรุปเนื้อหาทั้งหมดที่ผู้เขียนได้ทำการศึกษา วิจัย รวมถึงได้ จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ศึกษาค้นคว้าต่อไป

ประชากรส่วนใหญ่ในประเทศไทยประกอบอาชีพเกษตรกร และสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ คือ สินค้าเกษตรกรรม เนื่องจากประเทศไทยมีภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก แต่อย่างไรก็ตาม ปัญหาของสินค้าเกษตรนั้น มีหลายประเด็น เช่น ปัญหาความแปรปรวนของภูมิอากาศ การขาดแคลนแรงงาน ซึ่งส่งผลต่อปริมาณ และคุณภาพของสินค้า รวมถึงทำให้ราคาต้นทุนสูงขึ้น เสียเปรียบในการแข่งขันด้านราคาในตลาดโลก เพราะฉะนั้นรัฐบาลจึงต้องเข้ามาให้ความช่วยเหลือ โดยการออกมาตรการต่างๆ เช่น การรับจำนำสินค้า การประกันราคาสินค้า เป็นต้น แต่เป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ และเป็นการช่วยเหลือจากฝ่ายรัฐบาลเพียงผู้เดียว ซึ่งไม่มีความยั่งยืน ดังนั้นรัฐบาลจึงส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรนำผลิตภัณฑ์ การเกษตรมาแปรรูป เพื่อให้เก็บรักษาได้นานขึ้น และสามารถควบคุมคุณภาพได้ และจากการที่รัฐบาลเห็นถึงความสำคัญของการแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร จึงเกิดเป็นโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือเรียกว่า OTOP ขึ้นมา โดยมีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดมูลค่า และเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีเอกลักษณ์ มีคุณภาพ และเป็นสินค้าท้องถิ่นไทยที่เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ

มาตรการภาษีเป็นหนึ่งในเครื่องมือในการบริหารเศรษฐกิจของประเทศโดยใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาและเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ เช่นเดียวกับมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 318 (พ.ศ. 2559) ออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร สำหรับ บุคคลธรรมดา ที่ออกมาระหว่างวันที่ 1 ถึง 31 สิงหาคม ปี 2559 และในปี 2561 รัฐบาลได้ออกมาตรการช้อปช่วยชาติ ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 341 (พ.ศ. 2561) ออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้น

รักษา กรณียเงินได้ เท่าที่ได้จ่ายเป็นค่าซื้อสินค้าหรือค่าบริการ สำหรับการซื้อสินค้าหรือรับบริการในราชอาณาจักร โดยมีการระบุเงื่อนไขเจาะจงในกลุ่มสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยทั้งสองมาตรการนั้น มีจุดประสงค์เพื่อช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และผลักดันสินค้าท้องถิ่นไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยนั้นมีความไม่เหมาะสม 3 ประเด็นหลักด้วยกัน คือ ประเด็นแรก ระยะเวลาการให้สิทธิตามมาตรการดังกล่าว เป็นมาตรการอันสั้น มีเวลาในการให้ใช้สิทธิประโยชน์เพื่อนำมาลดหย่อนภาษี เป็นระยะเวลาเพียง 30 วันเท่านั้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างยั่งยืน รวมถึงการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับมาตรการดังกล่าว มีความกระชั้นชิด กล่าวคือ วันที่ประกาศให้มาตรการทางภาษีมีผล ก็คือวันที่เริ่มให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีทันที ทำให้ประชาชนไม่สามารถวางแผนทางการเงินล่วงหน้า และไม่มีเวลาในการศึกษาเงื่อนไข และวิธีการ ซึ่งอาจส่งผลให้ เมื่อถึงเวลาการยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มีเอกสารไม่ครบหรือไม่ถูกต้อง ทำให้ไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ได้ นอกจากนี้ ประเด็นที่สอง คือ การออกมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยของรัฐนั้นมีความไม่ต่อเนื่อง กล่าวคือ ครั้งแรกของมาตรการดังกล่าวออกมาในช่วงเดือนสิงหาคม ปี 2559 แต่ในปี 2560 รัฐออกมาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ หรือเรียกว่า มาตรการช้อปช่วยชาติ ที่ไม่ได้กำหนดเงื่อนไขว่าจะต้องเป็นสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยเท่านั้น ส่งผลให้สินค้าโอท็อปเป็นสินค้าที่ถูกกีดกัน เพราะประชาชนจะมุ่งเน้นซื้อสินค้าในกลุ่มสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น สินค้าจากต่างประเทศ เป็นต้น และไม่ได้เป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ประเด็นสุดท้าย มาตรการดังกล่าวมีเงื่อนไขในการให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษี คือ ผู้มีเงินได้ที่สนใจจะซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาใช้ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดานั้น จะต้องซื้อจากร้านค้าที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน และเป็นผู้ประกอบการที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นการจำกัดการซื้อขาย และเอื้อผลประโยชน์ให้กับบุคคลเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

ทั้งนี้ ผู้เขียนได้ศึกษาถึงความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่าเป็นโครงการกระตุ้นธุรกิจประกอบการท้องถิ่น ที่มีแนวคิดจาก One Village, One Product ของประเทศญี่ปุ่น จึงได้ทำการค้นคว้าต่อว่า จากแนวคิดดังกล่าว รัฐบาลของประเทศญี่ปุ่น มีมาตรการในการส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นอย่างไร จึงพบว่า รัฐบาลญี่ปุ่นมีมาตรการภาษีบ้านเกิด (hometown tax หรือ Furusato nozei) ที่มีจุดประสงค์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น และเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นอีกด้วย จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการภาษีบ้านเกิด และแนวทางการให้สิทธิลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดาในประเทศญี่ปุ่น พบว่า รัฐบาล

ญี่ปุ่นเริ่มมาตรการภาษีบ้านเกิดตั้งแต่ ปี ค.ศ. 2008 หรือ พ.ศ. 2551 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งได้รับความนิยมจากภาคประชาชนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทุกปี วิธีการของภาษีบ้านเกิด คือ ให้ผู้มีเงินได้ สามารถเลือกที่จะบริจาคเงินให้กับท้องถิ่นที่ตนเองเคยอาศัยอยู่ หรือท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ หรือท้องถิ่นที่ตนเองสนใจ โดยจำนวนเงินที่บริจาคให้ท้องถิ่นนั้น ประชาชนสามารถนำมาใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และภาษีท้องถิ่น (ผู้มีเงินได้จะต้องเสียภาษีให้กับท้องถิ่นที่ตัวเองอาศัยอยู่) ตามสัดส่วนที่ประชาชนสามารถกำหนดเองได้ เช่น บริจาค 10,000 เยน ใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 8,000 เยน และลดหย่อนภาษีท้องถิ่นอีก 2,000 เยน เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ที่บริจาค จะได้รับของขวัญตอบแทนสำหรับเงินที่บริจาคตามจำนวนที่กำหนดให้กับท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งของขวัญเหล่านั้น คือ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรหรือสินค้าขึ้นชื่อประจำท้องถิ่นนั้น เช่น ปลาไหลย่าง เห็ดมัทสึทาเกะ เป็นต้น เป็นการให้อย่างเต็มใจ จากผู้ให้และสุขใจ ทั้งผู้รับ

เมื่อได้ศึกษาถึงมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทยในประเทศไทย และมาตรการภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่น พบว่ามีความแตกต่างกันในบางประการ ได้แก่ วิธีการและรูปแบบ ระยะเวลาของมาตรการ เงื่อนไขของผู้ขายและผู้ซื้อสินค้า ช่องทางการเข้าร่วมมาตรการ และสิทธิลดหย่อนทางภาษี ผู้เขียนมีความเห็นว่า ประเทศไทยสามารถนำหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และแนวทางในการปฏิบัติของมาตรการภาษีของประเทศญี่ปุ่น มาประยุกต์ใช้ได้

ดังนั้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 318 (พ.ศ. 2559) ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร ควรมีการปรับปรุงแก้ไขในบางประเด็นเพื่อให้มาตรการดังกล่าวมีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ในประเด็นแรก เรื่องของความต่อเนื่องของการใช้มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย รัฐบาลควรให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยการทบทวนให้มาตรการในการลดหย่อนภาษีเพื่อสินค้าท้องถิ่นไทยเป็นส่วนหนึ่งของการลดหย่อนภาษีรายได้บุคคลธรรมดาเป็นประจำทุกปี รวมถึงรัฐบาลควรพัฒนาช่องทางการขายทางเว็บไซต์ที่ได้รับการรับรองจากรัฐบาลว่า ทุกรายการที่ซื้อผ่านทางเว็บไซต์สามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้แน่นอน เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่สนใจ พร้อมทั้งเพื่อให้ภาคประชาชนมีความสนใจ เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และเห็นถึงความสำคัญของสินค้าท้องถิ่นไทย รวมทั้งเป็นการผลักดันภาคประชาชนให้มีส่วนร่วมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ และเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจในประเทศ ตามหลักการของ ไทยทำ ไทยใช้ ไทยเจริญ

ประเด็นที่สอง เรื่องระยะเวลาของมาตรการในการให้สิทธิลดหย่อนทางภาษี รัฐบาลควรทบทวน และออกมาตรการให้สามารถใช้สิทธิลดหย่อนได้ตลอดทั้งปี เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย และส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น

ไทยให้เป็นที่ต้องการของตลาดตลอดทั้งปี โดยอาจจะทดลองพิจารณาให้สิทธิลดหย่อนภาษีทั้งปี เป็นเวลา 2 ถึง 3 ปีก่อน เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ถึงผลลัพธ์ของมาตรการในการกระตุ้นและส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย ว่า บรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ เพื่อให้สินค้าท้องถิ่นไทยได้รับการผลักดันอย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นสุดท้าย คือ เงื่อนไขของการเป็นผู้ขายสินค้าที่ผู้ซื้อสินค้าจะสามารถนำไปใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีได้นั้น เพื่อให้มาตรการภาษีนี้นี้เป็นประโยชน์ต่อทุกคนมากที่สุด ทั้งผู้ประกอบการที่ได้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และไม่ได้จดทะเบียน เช่น กลุ่มเกษตรกรรายย่อยที่ไม่สามารถจดทะเบียนได้ เพราะเงื่อนไขไม่ครบตามข้อกำหนด รัฐบาลควรให้หน่วยงานราชการท้องถิ่นเข้ามาเป็นตัวกลางระหว่าง ผู้ขายสินค้าโอท็อป และ ผู้มีเงินได้ที่ต้องการจะใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษี โดยกำหนดให้หน่วยงานราชการสามารถออกเอกสารรับรองการซื้อสินค้าเพื่อรับรองการซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการที่ไม่ได้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มได้แทน และสามารถใช้เป็นหลักฐานในการใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้เช่นกัน ซึ่งในเอกสารแทนใบกำกับภาษีปกติ อาจจะมีการระบุถึง ชื่อของผู้มีเงินได้ที่จ่ายเงินชำระค่าสินค้า จำนวนเงิน และ วันที่ซื้อสินค้า พร้อมทั้งประทับตราประจำท้องถิ่น เพื่อยืนยันว่าเป็นเอกสารที่หน่วยงานราชการเป็นผู้รับรอง และสามารถนำไปใช้เป็นหลักฐานในการลดหย่อนได้อย่างสมบูรณ์ จากที่กล่าวมาจะส่งผลทำให้กลุ่มเกษตรกรรายย่อยได้รับผลประโยชน์จากมาตรการภาษีนี้นี้เช่นกัน เป็นการเปิดโอกาส และช่องทางให้กลุ่มเกษตรกรที่เป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศได้มีโอกาสในการหารายได้ได้มากขึ้น รวมถึงเศรษฐกิจจะมีการกระจายตัวมากขึ้นเช่นกัน

5.2 ข้อเสนอแนะ

การนำมาตรการภาษีสืบเนื่องมาเกิดของประเทศญี่ปุ่นมาประยุกต์ใช้ในประเทศไทยนั้น มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ หลักการของมาตรการภาษีสืบเนื่องมาเกิดของประเทศญี่ปุ่น เป็นการส่งเสริมให้ประชาชนบริจาคเงินให้กับท้องถิ่น แล้วท้องถิ่นจะส่งของประจำท้องถิ่นนั้นกลับมาให้กับผู้บริจาคเป็นของขวัญตอบแทน มีความแตกต่างจากการบริจาคเงินในประเทศไทย คือเมื่อผู้เสียภาษีบริจาคเงินนั้น จะได้รับใบอนุโมทนาบัตรกลับมาเท่านั้น เพราะฉะนั้น หากจะส่งเสริมให้เกิดการบริจาค แล้วได้ของขวัญตอบแทนเช่นเดียวกับประเทศญี่ปุ่นนั้น อาจทำให้ประชาชนในประเทศไทยเกิดความสับสน และเข้าใจผิด เนื่องจากความไม่คุ้นเคยกับการที่บริจาคแล้วได้ของ รวมทั้งรัฐบาลควรสนับสนุนให้มีหน่วยงานราชการท้องถิ่นเข้ามาเป็นตัวกลาง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ของท้องถิ่นนั้นเป็นผู้รับผิดชอบในการออกเอกสารสำหรับผู้ซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการออกเอกสารทดแทนให้กับกลุ่มเกษตรกรรายย่อยที่ไม่สามารถออกใบกำกับภาษีให้กับผู้เสียภาษี เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้

บรรณานุกรม

หนังสือภาษาไทย

จิรศักดิ์ รอดจันทร์. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา หลักการและบทวิเคราะห์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556

บทความ

สำนักนโยบายภาษี สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. “มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย (OTOP Extravaganza)” ข่าวกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 95/2559, 13 กรกฎาคม 2559

ประกาศอธิบดีกรมสรรพากร. กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับเงินได้เท่าที่ได้จ่าย เป็นค่าซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (ฉบับที่ 272 ปี 2559)

เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

กรมสรรพากร. กฎกระทรวงฉบับที่ 318 (พ.ศ. 2559), [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

https://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/kormor/newlaw/mr318.pdf

กรมสรรพากร. กฎกระทรวงฉบับที่ 323 (พ.ศ. 2559), [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

https://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/kormor/newlaw/mr323.pdf

กรมสรรพากร. กฎกระทรวงฉบับที่ 341 (พ.ศ. 2561), [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

https://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/kormor/newlaw/mr341.pdf

กรมการค้าต่างประเทศ. รายงานการส่งออกสินค้ามาตรฐานเดือนธันวาคม 2561 [ออนไลน์], 12 กุมภาพันธ์

2561. แหล่งที่มา : [http://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/Service-Data-](http://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/Service-Data-Information/Statistic-Import-Export/Detail-dft-service-data-statistic/ArticleId/12726/12726)

[Information/Statistic-Import-Export/Detail-dft-service-data-](http://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/Service-Data-Information/Statistic-Import-Export/Detail-dft-service-data-statistic/ArticleId/12726/12726)

[statistic/ArticleId/12726/12726](http://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/Service-Data-Information/Statistic-Import-Export/Detail-dft-service-data-statistic/ArticleId/12726/12726)

พระราชกรณียกิจด้านเกษตรและสหกรณ์ รัชกาลที่ 9. พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวกับงานด้านการเกษตร

อุตสาหกรรม [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://www.moac.go.th/king-industry>

Souvenir. ความเป็นมาของโครงการและวัตถุประสงค์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ [ออนไลน์], แหล่งที่มา :

<https://souvenirbuu.wordpress.com/>

Agriculture and Technology. ประวัติของการเกษตรไทย [ออนไลน์], แหล่งที่มา :

<https://sites.google.com/site/agricultureandtechnology3278/home/prawati-khxng-karkestr-thiy>

Thai PBS. โอกาส ทางรอด เกษตรกรไทย AEC [ออนไลน์], 9 พฤษภาคม 2558. แหล่งที่มา :

<http://www.aftershake.net/?p=400>

สยามรัฐออนไลน์. ส่งเสริมระบบน้ำในไร่นา สร้างอาชีพเกษตรยั่งยืนสู่สมาชิก [ออนไลน์], 30 มกราคม 2561.

แหล่งที่มา : <https://siamrath.co.th/n/30292>.

สยามรัฐออนไลน์. ปัญหาภาคการเกษตร [ออนไลน์], 22 สิงหาคม 2561. แหล่งที่มา :

<https://siamrath.co.th/n/43346>.

สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. จุลทรรศน์ภาคเกษตรไทยผ่านข้อมูลทะเบียนเกษตรกรและสำมะโนเกษตร [ออนไลน์], 30 พฤษภาคม 2561. แหล่งที่มา :

<https://www.pier.or.th/?abridged=%E0%B8%88%E0%B8%B8%E0%B8%A5%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B9%8C%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%9C%E0%B9%88>.

TerraBKK. Demand & Supply คืออะไร [ออนไลน์], 3 พฤษภาคม 2558. แหล่งที่มา :

<https://www.terraBKK.com/news/61528/demand-supply-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3>

Business Administration Wiki. การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทาน [ออนไลน์], 22 มกราคม 2556.

แหล่งที่มา :

http://mba.sorrawut.com/wiki/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88_2_%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0

[B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B9%8C%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%9B%E0%B8%AA%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B9%8C%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%9B%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%99](#)

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. ข้อมูลเศรษฐกิจ: ดัชนีราคาและผลผลิต [ออนไลน์], รายงานประจำเดือน
กุมภาพันธ์ 2562. แหล่งที่มา : <http://www.oae.go.th/view/1/ดัชนีราคาและผลผลิต/TH-TH>

Economics Thought&Ideas. การจำหน่ายสินค้าเกษตร vs การประกันราคาสินค้าเกษตร [ออนไลน์],
5 ตุลาคม 2555. แหล่งที่มา :
<http://oknation.nationtv.tv/blog/econhermit/2012/10/05/entry-1>

Positioning. [ประกันราคาสินค้าเกษตร: เกษตรได้รับประโยชน์...ลดภาระรัฐบาล](#) [ออนไลน์], 23 กันยายน
2555. แหล่งที่มา : <https://positioningmag.com/49383>

เศรษฐศาสตร์น่ารู้. [การแทรกแซงราคาโดยรัฐบาล \(Government Interference with Price\)](#) [ออนไลน์],
9 กุมภาพันธ์ 2548. แหล่งที่มา : <http://www2.fpo.go.th/S-I/Source/ECO/ECO20.htm>

MGR Online. “ค้าปลีก” จัดเต็มช้อปไอทีที่ปลดหย่อนภาษี กระตุ้นรายได้สู่เศรษฐกิจท้องถิ่นและชุมชน
[ออนไลน์], 1 สิงหาคม 2559. แหล่งที่มา :
<https://mgronline.com/business/detail/9590000076249>

KU E-Magazine. [การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร](#) [ออนไลน์], 5 มกราคม 2547. แหล่งที่มา :
<https://www.ku.ac.th/e-magazine/january47/agri/plant.html>

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิจิตร กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. [OTOP คืออะไร](#) [ออนไลน์],
23 พฤษภาคม 2560. แหล่งที่มา : [http://phichit.cdd.go.th/services/otop-
%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3](http://phichit.cdd.go.th/services/otop-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3)

มติชนออนไลน์. [สรรพากรแจงมาตรการช่วยไอทีที่ต้องใช้ใบเสร็จเต็มรูปแบบลดหย่อนภาษีไม่เกิน 15,000 บาท](#) [ออนไลน์], 3 สิงหาคม 2559. แหล่งที่มา :
https://www.matichon.co.th/economy/news_234746

Aommoney. สรุปรายการลดหย่อนภาษีประจำปี 2559 [ออนไลน์], 14 พฤศจิกายน 2559. แหล่งที่มา :

<https://aommoney.com/stories/อื่นๆ/สรุปรายการลดหย่อนภาษีประจำปี-2559-พร้อม-update-เทคนิคประหยัดภาษีที่คุณต้องรู้/21542#jupu5ceb39>

RYT9. มาตรการพยุงเศรษฐกิจในช่วงกลางปี 2562 [ออนไลน์], 30 เมษายน 2562. แหล่งที่มา :

<https://www.ryt9.com/s/prg/2984778>

Thumbsupteam. “ญี่ปุ่น” สะท้อนอะไรผ่าน “สังคมผู้สูงอายุ” [ออนไลน์], 15 มกราคม 2561. แหล่งที่มา :

<https://thumbsup.in.th/2018/01/japan-elderly-society-impact/>

Office of Agricultural Affairs, Royal Thai Embassy, Tokyo. ประเทศญี่ปุ่น [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

<http://oaa-tokyo.jp/wp/wp-content/uploads/54066d536861836efe4989861ea09b9e.pdf>

Wikipedia. เศรษฐกิจญี่ปุ่น, 25 พฤษภาคม 2559 [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%8D%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%9B%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99>

Wikipedia. รายชื่อนครในประเทศญี่ปุ่นเรียงตามจำนวนประชากร [ออนไลน์], 22 มกราคม 2562 แหล่งที่มา

[:https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B8%8D%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%9B%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%95%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%88%E0%B8%B3%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%A3](https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B8%8D%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%9B%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%95%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%88%E0%B8%B3%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%A3)

กรุงเทพธุรกิจ. ยุทธศาสตร์ใหม่: กระจุกความเจริญ [ออนไลน์], 4 มิถุนายน 2558. แหล่งที่มา :

<http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/634689>

Club VI. ทำไมเศรษฐกิจญี่ปุ่นถึงชบยาว [ออนไลน์], 27 มิถุนายน 2559. แหล่งที่มา :

<https://clubvi.com/2016/06/27/japaneco/>

เจแปนนิต. Hometown Tax: Crowdfunding ในรูปแบบภาษีที่ไม่ได้มีดีแค่ลดหย่อน แต่ได้ของแถมด้วย

[ออนไลน์], 12 สิงหาคม 2560. แหล่งที่มา : <https://thematter.co/thinkers/hometown-tax-crowdfunding-with-benefits/31993>

เรื่องราวเกี่ยวกับญี่ปุ่นในมุมมองใหม่. “ภาษีบ้านเกิด” ระบบภาษีญี่ปุ่นที่คนจ่ายอยากให้และสขใจผู้รับ

[ออนไลน์], 3 พฤศจิกายน 2560. แหล่งที่มา : <https://anngle.org/th/j-lifestyle/furusato-tax.html>

ทำงานในญี่ปุ่น. เรื่องที่คุณควรรู้ก่อนทำงานที่ญี่ปุ่น – ว่าด้วยเรื่องสัญญาจ้าง และภาษี [ออนไลน์], 30 สิงหาคม

2560. แหล่งที่มา : <http://www.ilovejapan.co.th/work/entry/workatjapan>

Furumaru Gifts for Furasato Nozei. Search by Gift Item [ออนไลน์], แหล่งที่มา :

<https://en.furumaru.jp/products/list.php>

Marketeer the Academy. รู้จัก Furasato Nozei ระบบจ่ายภาษี ที่มีของขวัญเป็น ข้าว เนื้อ หรือเปียร์

[ออนไลน์], 27 ธันวาคม 2560. แหล่งที่มา : <https://marketeeronline.co/archives/5905>