

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้เสียภาษีต่อการเลือกยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อระบุถึงปัญหาและอุปสรรคในการเลือกยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงได้มีการดำเนินการดังนี้

#### ขอบเขตประชากร

การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาจากกลุ่มผู้เสียภาษีที่ยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตและผู้ที่ไม่ได้ยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2546 จากกลุ่มผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและกลุ่มผู้เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลรวมจำนวน 70,970 ราย

#### วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

##### ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ดำเนินการเก็บข้อมูลจากการสร้างแบบสอบถาม โดยผู้ศึกษาจะนำไปสัมภาษณ์ผู้เสียภาษี ที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรผู้ที่ยื่นแบบและชำระภาษี ในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2546 จำนวน 70,970 ราย โดยศึกษาจากการสุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 246 ราย<sup>3</sup> ด้วยความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ทั้งนี้จะเก็บข้อมูลจากผู้เสียภาษีที่เคยยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตจำนวน 123 ราย และผู้เสียภาษีที่ไม่เคยยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตจำนวน 123 ราย ส่วนการได้มาซึ่งตัวอย่าง จะใช้วิธีการได้มาตามวัตถุประสงค์ (Purposive

<sup>3</sup> กนกทิพย์ พัฒนาบัวพันธ์. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อการวิจัยการศึกษา. เชียงใหม่ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539 : 58.

Sampling) คือ สัมภาษณ์ผู้เสียหายทั้งที่เคยและไม่เคยยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างละ 123 รายเท่ากัน

### ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

1. จากเอกสารวิชาการของกรมสรรพากรและข้อมูลอื่นๆ ได้แก่ ประมวลรัษฎากร หนังสือรายงานการวิจัย การค้นคว้าอิสระ ตำราทางวิชาการ และวารสาร

2. จากการเก็บข้อมูลรายงานผลการจัดเก็บภาษีจากการยื่นแบบแสดงรายการภาษีที่ยื่นผ่านอินเทอร์เน็ต ที่หน่วยจัดเก็บ สำนักงานสรรพากรพื้นที่เชียงใหม่

### เครื่องมือที่ใช้ในการวัดค่าตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close ended questions) ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้เสียหายต่อการเลือกยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ แบบสอบถามสำหรับกรณีผู้เสียหายเป็นบุคคลธรรมดา และแบบสอบถามสำหรับกรณีผู้เสียหายเป็นนิติบุคคล โดยแบบสอบถามทั้ง 2 แบบนั้นจะมีความแตกต่างกันเฉพาะส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ทราบ ให้ 1 คะแนน

ไม่ทราบ ให้ 0 คะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลความคิดเห็นต่อการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต โดยถามถึงระดับความพึงพอใจต่อการบริการการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยยื่นแบบและชำระภาษีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และถามสาเหตุที่ไม่เลือกยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าสามารถยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ตได้ แต่ไม่ได้ยื่นแบบ

ระดับความคิดเห็นให้คะแนนดังนี้

แบบสอบถามระดับความพอใจต่อการบริการการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต มี  
เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

พอใจมากที่สุด	ให้ 5 คะแนน	
พอใจมาก	ให้ 4 คะแนน	
พอใจปานกลาง	ให้ 3 คะแนน	
พอใจน้อย	ให้ 2 คะแนน	
พอใจน้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน	
แปลความหมายดังนี้		
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.49	พอใจน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.50 - 2.49	พอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.50 - 3.49	พอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.50 - 4.49	พอใจมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.50 – 5.00	พอใจมากที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการการยื่นแบบและ  
ชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต

ระดับปัญหา ให้คะแนนดังนี้

แบบสอบถามระดับปัญหาเกี่ยวกับวิธีการและเงื่อนไขในการยื่นแบบและชำระภาษีผ่าน  
อินเทอร์เน็ต มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้ 5 คะแนน
เห็นด้วย	ให้ 4 คะแนน
ไม่มีความเห็น	ให้ 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้ 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้ 1 คะแนน

แปลความหมายดังนี้		
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.49	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.50 - 2.49	ไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.50 - 3.49	ไม่มีความเห็น
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.50 - 4.49	เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.50 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ทั้งหมดจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมดใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

#### นิยามศัพท์

**ทัศนคติ** หมายถึง ระเบียบของแนวคิด ความเชื่อ อุปนิสัยและสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะซึ่งประกอบด้วย 1)ความเข้าใจหรือส่วนของความเชื่อ 2)ความชอบพอหรือส่วนของความรู้สึก 3)พฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออก

**ผู้เสียหาย** หมายถึง ผู้ที่มีหน้าที่ขึ้นแบบและชำระภาษีต่อกรมสรรพากร

**การยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต** หมายถึง การยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีอากรโดยใช้คอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้เสียหายเป็นผู้ป้อนข้อมูลที่จะต้องกรอกในแบบแสดงรายการที่ได้รับอนุญาตให้ยื่นผ่านทางอินเทอร์เน็ตแทนการกรอกแบบและยื่นแบบด้วยกระดาษ พร้อมชำระภาษีโดยใช้คำสั่งทางอิเล็กทรอนิกส์ ให้ธนาคารโอนเงินค่าภาษีให้กรมสรรพากร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

<sup>4</sup> ชงชัย ตันคิงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2537.หน้า 160.

## ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้เสียภาษีต่อการเลือกยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้อาศัยทฤษฎีทางทัศนคติดังต่อไปนี้  
ความหมายของทัศนคติ

Gordon Allport กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสภาวะที่มีก่อนการแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมซึ่งหมายถึง สภาพของความพร้อมทางด้านจิต ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็นแรงที่จะกำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่จะมีต่อบุคคล สิ่งของหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง (Gordon Allport : 1935 : 810-824 )

ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ( Schiffman and Kanuk : 1994 : 657 )

ทัศนคติจะเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่ประกอบขึ้นจากส่วนประกอบสำคัญ 2 ส่วน คือ บุคลิกลักษณะ ท่าทาง และสิ่งจูงใจ ( Personality traits and motives ) และข้อมูลที่เก็บสะสมมาและประสบการณ์ในอดีต ( Stored information and experience )

ดังนั้นจึงสามารถให้คำจำกัดความของทัศนคติไว้ดังนี้ คือ หมายถึง “ระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุดมคติ และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะ”

**ส่วนประกอบของทัศนคติ** ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. ความเข้าใจหรือส่วนของความเชื่อ จะมีขอบเขตครอบคลุมถึงข่าวสารข้อมูลและความเชื่อที่มีต่อสิ่งของหรือปรากฏการณ์ต่างๆ สิ่งเหล่านี้จะเป็นข้อมูลที่ได้เก็บสะสมมา และการมีประสบการณ์มาจากอดีต ความเชื่อนี้จะเป็นความเชื่อที่ได้มาจากการประเมิน ซึ่งมักจะออกผลเป็นแนวโน้มทางใดทางหนึ่งว่า ดี-ไม่ดี ชอบ-ไม่ชอบ มีคุณค่า-ไม่มีคุณค่า เป็นต้น

2. ความชอบพอหรือส่วนของความรู้สึก จะมีขอบเขตครอบคลุมถึงความรู้สึกต่างๆรวมตลอดทั้งอารมณ์ด้วย ความรู้สึกเหล่านี้จะเกิดขึ้นจากสาเหตุหลายทาง เช่น บุคลิกท่าทางหรืออุปนิสัย และสิ่งจูงใจ เป็นต้น ความรู้สึกอาจแสดงออกเป็น ดี-เลว เกลียด-รัก ทางบวก-ทางลบ ชอบ-ไม่ชอบ

3. พฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออก ซึ่งหมายถึง แนวโน้มของการประพฤติ หรือการกระทำ ซึ่งเป็นไปในทางใดทางหนึ่ง และซึ่งจะกลับกลายมาเป็นการเรียนรู้ในสิ่งที่ได้ปฏิบัติตอบ

<sup>5</sup> ธงชัย สันติวงษ์, พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2537.หน้า 160.

ต่างๆ ( Learned responses ) และเก็บสะสมไว้ในความทรงจำโดยผ่านส่วนของประสบการณ์ที่ได้รับมาในอดีต ( Past experience )

**ประเภทของทัศนคติ** แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.ทัศนคติเชิงบวกหรือที่ดี เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกถึงความรู้สึก อารมณ์จากสภาพจิตใจ ได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงานองค์กร สถาบัน การดำเนินงานขององค์กรและอื่นๆ

2.ทัศนคติเชิงลบหรือไม่ดี คือทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางลบ ไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลง ระแวง สงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่นๆ

3.ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคลหน่วยงาน สถาบัน องค์กรและอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

**แหล่งของทัศนคติ (Sources of Attitude)<sup>6</sup>**

1.ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experiences) วิธีการหนึ่งที่เราเรียนรู้ทัศนคติ คือ จากการมีประสบการณ์เฉพาะอย่างกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับทัศนคตินั้น ตัวอย่างเช่นถ้าเรามีประสบการณ์ที่ดีในการติดต่อกับบุคคลหนึ่ง เราจะมีความรู้สึกชอบบุคคลนั้น ในทางตรงกันข้าม ถ้ามีประสบการณ์ไม่ดี เช่น ได้รับการลงโทษจะโดยร่างกายหรือจิตใจก็ตาม หรือเกิดภาวะคับข้องใจ(Frustration)อยู่บ่อยๆ จากการได้พบปะหรือติดต่อกับบุคคลนั้น เรามักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ชอบบุคคลนั้น ได้บางครั้งถึงแม้ว่าจะมีประสบการณ์(ที่ดีหรือไม่ดี) เพียงครั้งเดียวก็อาจจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลได้และอาจเป็นไปในทางรุนแรงได้ ซึ่งทั้งนี้อาจจะมีผลจากการให้การสรุปที่รุนแรงเกินไปต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งคือ เหตุการณ์เฉพาะที่เกิดขึ้นมีความรุนแรงและทำร้ายจิตใจมากนั่นเอง

2.การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น(Communication from others) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดจากผลของการได้ติดต่อกับสื่อสารกับบุคคลอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการที่ได้รับในครอบครัว ตัวอย่างเช่น เด็กจะได้รับการสั่งสอนหรือบอกจากผู้ปกครองเสมอว่า

<sup>6</sup> ประภา เพ็ญสุวรรณ. ทัศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร : โอเดียน สโตร์, 2526 : 91-93

“การขโมยสิ่งของคนอื่นไม่ดี” “เวลารับประทานอาหารไม่ควรจะดูคนหัว หรือเลียนิ้วคน” “แพทย์เป็นบุคคลสำคัญ” “ชาวผิวดำเป็นพวกที่เห็นแก่ตัว” ฯลฯ ข้อความหรือคำพูดเหล่านี้เด็กได้รับจากบุคคลที่เขายกย่องนับถือและจะมีผลต่อความเชื่อและทัศนคติของเด็กได้ เช่นเดียวกันในสิ่งแวดล้อมของโรงเรียน ครูจะเป็นคนที่เด็กยกย่อง เคารพและเชื่อฟัง คำบอกเล่าของครูก็จะมีอิทธิพลต่อความเชื่อและทัศนคติของเด็กได้ การยอมรับความเชื่อ หรือการเกิดทัศนคติในวัยเด็กนี้ส่วนมากมักจะเกิดขึ้นโดยปราศจากเหตุผล และเมื่อเด็กโตขึ้น ความคิดก็เปลี่ยนไปในบางอย่างดังนั้นเด็กอาจจะเกิดความไม่สบายใจก็ได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) ทัศนคติบางอย่างของเราถูกสร้างขึ้นจากการเลียนแบบจากคนอื่น ขบวนการเกิดทัศนคติโดยวิธีนี้เกิดได้โดยขั้นแรกจากเหตุการณ์บางอย่างบุคคลจะมองเห็นว่าบุคคลอื่นมีการปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปของความเชื่อทัศนคติ ซึ่งมาจากการปฏิบัติของเขา ถ้าบุคคลนั้นให้ความเคารพ นับถือยกย่องบุคคลที่แสดงปฏิกริยานั้นอยู่แล้ว บุคคลนั้นจะยอมรับความรู้สึกเชื่อที่เขาคิดว่าบุคคลที่แสดงปฏิกริยานั้นมี

ตัวอย่างเช่น เด็กชาย ก. และมารดา ต่างมีประสบการณ์เกี่ยวกับฝนตกฟ้าคะนองด้วยกัน เด็กชาย ก. ได้เห็นว่ามารดาของเขากลัวเสียงฟ้าร้อง โดยเห็นมารดาปิดประตูหน้าต่าง เอามืออุดหูเมื่อมีเสียงฟ้าร้อง และส่งเสียงที่แสดงว่ากลัวตลอดเวลาที่มีฟ้าร้อง พฤติกรรมของมารดาทั้งหมดนี้ ตามความรู้สึกของเด็กชาย ก. หมายถึงพายุฝนฟ้าคะนองเป็นสิ่งที่น่ากลัว ขณะเดียวกันเด็กชาย ก. จะมีความรู้สึกว่ามารดาของเขาเป็นคนที่มึนอะไรเก่งกว่าตัวเขาอีกมาก เป็นบุคคลที่เขาเชื่อฟัง เคารพ บูชา ดังนั้นการที่มารดากระทำอะไรออกไป เขาจะถือว่าสิ่งนั้นถูกต้องเสมอ เด็กชาย ก. จะมีทัศนคติต่อฟ้าร้องว่าเป็นสิ่งที่น่ากลัวเช่นเดียวกับมารดาของเขา

ในด้านอื่นๆก็เช่นกัน ลูกๆจะเรียนรู้จากบิดามารดาหลายอย่าง เช่นสามารถเรียนรู้ได้ว่าใครเป็นคนที่บิดามารดาของเขาให้ความเคารพ ใครคือเพื่อนของบิดามารดา ใครที่บิดามารดาข่มขู่ได้ ใครที่บิดามารดาไม่ชอบ ความรู้สึกเหล่านี้เด็กจะเรียนรู้ได้จากการกระทำของบิดามารดา โดยที่เด็กไม่จำเป็นต้องมีการติดต่อโดยตรงกับบุคคลเหล่านั้นๆเลยก็ได้

4. องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากสถาบัน เช่น โรงเรียน สถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา หน่วยงานต่างๆ ฯลฯ เป็นต้น สถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มา และ สิ่งช่วยสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างได้

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์(2542)<sup>7</sup> ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพยากรณ์ความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในปี ค.ศ. 2000 – 2005 สรุปได้ว่า อัตราความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในปี ค.ศ. 2000 อยู่ที่ 0.71 ล้านคน ปี ค.ศ. 2000 อยู่ระหว่าง 0.92 – 0.93 ล้านคน ปี ค.ศ. 2002 อยู่ระหว่าง 1.21 – 1.24 ล้านคน ปีค.ศ. 2003 อยู่ระหว่าง 1.59 – 1.67 ล้านคน ปีค.ศ. 2004 อยู่ระหว่าง 2.10 – 2.29 ล้านคน จนถึงปี ค.ศ. 2005 น่าจะอยู่ระหว่าง 2.79 – 3.21 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 4.29 – 4.94 ของประชากรทั้งประเทศ หรือขยายตัวปีละประมาณร้อยละ 30 – 40 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น 4 – 5 เท่า เมื่อเทียบกับปัจจุบัน(ปี ค.ศ.2000) ซึ่งปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตนั้นประกอบไปด้วยอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ นโยบายในการส่งเสริมของรัฐในการให้มีการใช้อินเทอร์เน็ต การเปิดเสรีการให้บริการอินเทอร์เน็ต การเปิดเสรีการลงทุนจากต่างประเทศในกิจการผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและ ความสามารถในการระดมทุนของบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตของไทย

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และเดือนเด่น นิกสัมบริรักษ์ (2540)<sup>8</sup> ได้ทำการวิจัยเรื่องสภาพการแข่งขันและราคาค่าอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยพบว่าอัตราการเจริญเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้านในแถบอาเซียนด้วยกัน เช่น มาเลเซียและสิงคโปร์ ทั้งนี้เนื่องจากการผูกขาดในการให้บริการสื่อสารระหว่างประเทศของไทยโดยการสื่อสารแห่งประเทศไทย ส่วนค่าบริการอินเทอร์เน็ตพบว่าค่าบริการของประเทศไทยยังแพงกว่าค่าบริการของประเทศเพื่อนบ้าน มากกว่าร้อยละ 56 – 86 ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า การผูกขาดในการให้บริการ สื่อสารระหว่างประเทศ การแทรกแซงในด้านราคาค่าบริการ และการแทรกแซงการบริหารงานของผู้ให้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตโดยการถือหุ้นลม โดยการสื่อสารแห่งประเทศไทย

สนอง ฉ่ำชื่น (พ.ศ.2541)<sup>9</sup> ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ในระหว่างเดือน กรกฎาคม ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2541 ได้ผลการศึกษาโดยสรุปคือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.5) เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่(ร้อยละ

<sup>7</sup> สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. การพยากรณ์ความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในปี ค.ศ.2000-2005. รายงานการวิจัย, สถาบันเพื่อพัฒนาประเทศไทย(ทีดีอาร์ไอ)กรุงเทพมหานคร, 2542.

<sup>8</sup> สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และเดือนเด่น นิกสัมบริรักษ์.สภาพการแข่งขันและราคาค่าอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.รายงานการวิจัย, ฝ่ายการวิจัยแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย(ทีดีอาร์ไอ)กรุงเทพมหานคร, 2540.

<sup>9</sup> สนอง ฉ่ำชื่น. การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล กรุงเทพมหานคร, 2541.



48.0) มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มีอาชีพส่วนใหญ่ (ร้อยละ 30.2) เป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน และรองลงมา (ร้อยละ 27.0) เป็นนักศึกษาจากวิทยาลัยหรือสถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่(ร้อยละ 60.3) จบปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 17.0) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 43.4) มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท/เดือน รองลงมา(ร้อยละ 26.8) มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท/เดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งถ้ารวมผู้ที่อยู่ในภาคกลาง(ร้อยละ 15.7) ที่ไม่ใช่กรุงเทพฯแล้วจะพบว่ามีสัดส่วนถึงร้อยละ 86.4 ของตัวอย่างทั้งหมด ด้านพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่(ร้อยละ 47.4) ใช้อินเตอร์เน็ตมาแล้ว 1 – 3 ปี ส่วนมาก(ร้อยละ 20.6)ใช้อินเตอร์เน็ตเฉลี่ยมากกว่า 20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่(ร้อยละ30.0)มีความถี่ในใช้อินเตอร์เน็ตเฉลี่ยมากกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่(ร้อยละ 50.7)เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจากบ้าน วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 21.1)ใช้รับหรือส่งอีเมล รองลงมา(ร้อยละ 19.3)ใช้ดาวน์โหลดข้อมูลหรือซอฟต์แวร์ และเพื่อการบันเทิง(ร้อยละ 18.6)กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่(ร้อยละ 79.3)ไม่เคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่(ร้อยละ 28.2)ซื้อสินค้าประเภทซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ในการซื้อบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่(ร้อยละ 31.1)ใช้จองโรงแรม/ท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่(ร้อยละ 46.4)ใช้เงินซื้อสินค้าน้อยกว่า 1,000 บาทในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทยนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพล 5 อันดับแรก ได้แก่ การเสถียรของเครือข่ายระหว่างดาวน์โหลดข้อความหรือภาพบน Webpage(ร้อยละ 4.23)ความเร็วในการเชื่อมต่อเช่นเครือข่าย(ร้อยละ 4.17)การอัปเดตข้อมูลเนื้อหาบน Webpage ให้ทันสมัย(ร้อยละ 4.16)อัตราค่าใช้จ่ายในการเป็นสมาชิก ISP (ร้อยละ 4.15)การออกแบบ Browser ที่ง่ายต่อการใช้งาน(ร้อยละ 4.12) ส่วนปัจจัยที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญน้อย 5 อันดับหลัง ได้แก่ การออกแบบ Webpage โดยมีเสียงประกอบ(ร้อยละ 2.71)การออกแบบ Webpage โดยใช้ภาพเคลื่อนไหวประกอบ(ร้อยละ 2.83) โทนสี (ร้อยละ 3.10) กราฟฟิค (ร้อยละ 3.20) ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 3.22) ด้านทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อปัจจัยสถานะแวดล้อมต่างๆผู้ที่มีความเห็นด้วยกับประเด็นต่างๆมากที่สุด 5 ประเด็น ได้แก่ การขาดกฎหมายรองรับการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 4.39) การขาดหลักประกันการรักษาความลับข้อมูลส่วนบุคคล (ร้อยละ 4.32) การเห็นถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตต่อเศรษฐกิจ และสังคมไทย (ร้อยละ 4.26) การออกแบบ Webpage เป็นภาษาไทย ช่วยเพิ่มอัตราผู้เข้าชม (ร้อยละ 4.17) การเห็นถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของการใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 4.00) ส่วนทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อปัจจัยสถานะแวดล้อมต่างๆผู้ที่มีความเห็นด้วยกับ ประเด็นต่างๆน้อย 3 ประเด็น ได้แก่ อุปสรรคของภาษาอังกฤษต่อการสื่อสารกับ Website (ร้อยละ 2.74) ผลกระทบของอินเทอร์เน็ตกับเวลาพักผ่อนหลับนอน(ร้อยละ 3.14) ผลกระทบต่อกิจกรรมอื่นๆ(ร้อยละ 3.22)

ดร.ทวีศักดิ์ กอนันต์กุล ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) เปิดเผยถึงผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2545 ด้วยวิธีส่งแบบสอบถามและเก็บข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตจำนวน 15,166 คน พบว่าร้อยละ 44.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามสนใจเข้าชมเว็บไซต์ของหน่วยงานรัฐน้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน และกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปีเป็นกลุ่มอายุที่ไม่เคยคลิกเข้าสู่เว็บไซต์ภาครัฐ โดยปัญหาหลักที่สร้างความเบื่อหน่ายให้แก่ผู้ใช้เว็บไซต์รัฐ คือ ข้อมูลไม่ทันสมัยสูงถึง ร้อยละ 57.9 และสำหรับวิธีแก้ไขการمينเว็บไซต์รัฐนั้น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) มีนโยบายให้หน่วยงานภาครัฐปรับปรุงเนื้อหาและชื่อเว็บไซต์ เพื่อให้ประชาชนง่ายแล้วยังมีนโยบายให้เว็บไซต์รัฐจัดทำ e-Citizen service หรือการบริการผ่านอินเทอร์เน็ตให้กับประชาชนเว็บไซต์ละ 1 บริการด้วย คาดสิ้นปี 46 จะมีบริการภาครัฐออนไลน์ 100 กว่าบริการ ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนหันมาใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจาก 5 ล้านกว่าเป็น 6 ล้านคน และเข้าสู่เว็บไซต์รัฐมากขึ้นทั้งนี้ จากการสำรวจพบว่า เว็บไซต์กรมสรรพากรที่ให้บริการยื่นแบบการเสียภาษี ภ.ง.ด. 91 เป็นเว็บไซต์เดียวของรัฐที่ประสบความสำเร็จกับการให้บริการผ่านเน็ตในปีที่ผ่านมา

การจัดแสดงนิทรรศการของกรมสรรพากรในงาน "สัปดาห์เทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ" ครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 20-23 มีนาคม 2546 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ได้มีการสำรวจความเห็นของผู้เข้ามาเยี่ยมชมนิทรรศการผ่านโปรแกรมตอบแบบสอบถามจากการประเมินผลพบว่ามีประชาชนเข้าเยี่ยมชมบูธของกรมสรรพากร ประมาณ 4,284 คน มีผู้ให้ความร่วมมือแสดงความคิดเห็นผ่านโปรแกรมตอบแบบสอบถาม จำนวน 1,720 คน แยกเป็นเพศชาย 1,097 คน เพศหญิง 623 คน ประกอบด้วยความคิดเห็นเกี่ยวกับ website www.rd.go.th ระบบการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านทาง Internet การให้บริการประมวลรัษฎากรอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการข้อมูลข่าวสารทางภาษีอากร และมุมมองความคิดเห็นต่อการเป็นรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ของกรมสรรพากร โดยภาพรวมแล้วผู้เข้าเยี่ยมชมนิทรรศการให้ความเห็นว่าดีถึงดีมากเป็นส่วนใหญ่

ที่มา : หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ฉบับประจำวันที 29 มกราคม 2546

เลขที่ข่าว ปชส.14/2545

วันที่แถลงข่าว 28 ธันวาคม 2544

เรื่อง กรมสรรพากรยกระดับการให้บริการด้าน ไอที โดยเพิ่มประเภทการยื่นแบบและชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ต ในปี พ.ศ. 2545

กรมสรรพากรมีนโยบายในการมุ่งพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งในด้านการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีรวมถึงการให้บริการข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้

เสียภาษีและประชาชนโดยทั่วไปได้รับบริการที่ทันสมัย สะดวกรวดเร็ว โดยในปี พ.ศ. 2545 นี้ จะมีการเพิ่มประเภทการยื่นแบบและชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น ทั้งนี้ภายหลังจากมีการเปิดให้บริการ ในปี พ.ศ. 2544 แล้วพบว่าผู้เสียภาษีมีความพอใจด้านการให้บริการนี้เป็นอย่างมาก

นายสาธิต รังคสิริ ผู้อำนวยการสำนักแผนภาษี ในฐานะโฆษกกรมสรรพากรเปิดเผยว่า " ในปี พ.ศ. 2544 กรมสรรพากรได้มีการนำสื่อด้านอิเล็กทรอนิกส์หลายประเภทเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีให้กับผู้เสียภาษีมากขึ้น โดยเป็นการให้บริการผ่านทางเว็บไซต์ของกรมสรรพากรที่ [www.rd.go.th](http://www.rd.go.th) บริการเหล่านี้เมื่อเปิดให้บริการไม่นาน ปรากฏว่ามีผู้เสียภาษีให้ความสนใจใช้บริการเป็นอย่างมาก เพิ่มขึ้นกว่าในระยะแรกหลายเท่าตัวและสำหรับในปี พ.ศ. 2545 นี้ กรมสรรพากรก็จะมีการเพิ่มประเภทการยื่นแบบและชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ตและสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น รวมทั้งจะพัฒนาการให้บริการข้อมูลด้านกฎหมายภาษีสรรพากร ให้มีความทันสมัย รวดเร็ว และเป็นปัจจุบันยิ่งขึ้นด้วย สำหรับการให้บริการของกรมสรรพากรทางอินเทอร์เน็ต มีรายละเอียดดังนี้

- ให้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภพ.30) ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ เดือนเมษายน 2544 ต่อจากนั้นได้มีการเพิ่มประเภทการยื่นแบบต่างๆ เพิ่มเติมคือแบบ ภพ.36 และ ภ.ง.ด.54
- ให้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย ภ.ง.ด.1 ภ.ง.ด.1ก. ภ.ง.ด.1ก พิเศษ ภ.ง.ด.2 และ ภ.ง.ด.2ก ผ่านทางสื่อบันทึกในระบบคอมพิวเตอร์ (แผ่นดิสเก็ตหรือซีดีรอม) และเตรียม ที่จะเปิดให้บริการยื่นแบบและชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ตในเร็วๆ นี้
- ให้บริการยื่นแบบ ภ.ง.ด. 91 ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยเป็นการยื่นแบบสำหรับผู้มีเงินได้จากการจ้างแรงงานประเภทเงินเดือนเพียงประเภทเดียว ทั้งนี้ เฉพาะกรณีที่มีการชำระภาษีเพิ่มเติม หรือ ไม่มีภาษีที่ต้องขอคืน สำหรับกรณีที่มีการชำระภาษีเพิ่มเติมผู้เสียภาษีสามารถเลือกที่จะชำระเงินผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) หรือชำระภาษีโดยการโอนเงินผ่านระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) กับธนาคารที่กรมสรรพากรกำหนดได้
- ให้บริการประมวลรัษฎากรฉบับอิเล็กทรอนิกส์เป็นครั้งแรกของประเทศไทย โดยนำไปวางไว้ในเว็บไซต์ของกรมสรรพากรที่ [www.rd.go.th](http://www.rd.go.th) ช่วยให้ผู้เสียภาษีได้รับความสะดวกในการค้นหากฎหมายภาษีสรรพากร และสามารถเข้าไปดูกฎหมายรองในระดับต่างๆ ได้โดยง่ายภายในเวลาอันรวดเร็วทั้งนี้กรมสรรพากร ได้มีการปรับปรุงเพิ่มเติมกฎหมายให้เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา ซึ่งผู้เสียภาษีสามารถดาวน์โหลดข้อมูลไปใช้ได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด

- ให้บริการส่งข้อมูลข่าวสารภาษีสรรพากร (e-Taxinfo) ส่งตรงให้ผู้เสียภาษีทางอีเมล เป็นประจำทุกสัปดาห์ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ผู้สนใจสามารถสมัครใช้บริการได้ที่เว็บไซต์กรมสรรพากรเช่นกัน "

เลขที่ข่าว ปชส.24/2546

วันที่แถลงข่าว 27 มีนาคม 2546

เรื่อง ผู้เสียภาษีนียมนั้นแบบ ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด.91 ผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

กรมสรรพากรเชิญชวนให้ผู้เสียภาษียื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาประจำปีภาษี 2545 โดยผู้เสียภาษีสามารถยื่นแบบ ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด.91 สำหรับแบบที่ไม่ขอคืนภาษีผ่านทางเว็บไซต์ [www.rd.go.th](http://www.rd.go.th) ของกรมสรรพากร ซึ่งเป็นวิธีการนอกเหนือจากการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา (อำเภอ/เขต) ธนาคารพาณิชย์ไทย และทางไปรษณีย์ ทั้งนี้กำหนดเวลาการยื่นแบบจะสิ้นสุดภายในวันที่ 31 มีนาคม 2546 นี้

นางจันทิมา สิริแสงทักษิณ รองอธิบดีกรมสรรพากรกล่าวว่า " ในปีนี้มีผู้เสียภาษียื่นแบบ ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด.91 ผ่านอินเทอร์เน็ต ณ วันที่ 26 มีนาคม 2546 เป็นจำนวน 200,000 ราย ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กรมสรรพากรตั้งไว้ ทั้งนี้ เนื่องจากการยื่นแบบทางอินเทอร์เน็ตเป็นวิธีการที่สะดวก รวดเร็ว เพราะท่านสามารถยื่นแบบได้ทุกที่ ทุกเวลา และประหยัดเวลาในการเดินทางไปยื่นแบบที่สำนักงานสรรพากร พื้นที่สาขา (อำเภอ/เขต) สำหรับผู้เสียภาษีที่ยื่นแบบ ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด.91 ทางอินเทอร์เน็ตไว้แล้ว แต่ยังไม่ได้ชำระภาษี อย่าลืมชำระภาษีภายในวันที่ 31 มีนาคม 2546 ก่อนเวลา 22.00 น. ด้วย มิฉะนั้นจะถือว่ากรดยื่นแบบ ไม่มีผลสมบูรณ์ "

เลขที่ข่าว ปชส. 3/2546

วันที่แถลงข่าว 10 ตุลาคม 2545

เรื่อง กรมสรรพากรร่วมมือกับธนาคารชั้นนำ 5 ธนาคารเปิดให้บริการรับชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ตผ่านระบบ e-Pay เริ่ม 11 ต.ค.45 เป็นต้นไป

กรมสรรพากรขยายบริการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต โดยเพิ่มทางเลือกชำระภาษีผ่านระบบ e-Pay ของธนาคารพาณิชย์ชั้นนำอีก 5 ธนาคาร เพิ่มเติมจากการชำระภาษีผ่านระบบ e-Payment หรือ Internet-banking ที่เปิดให้บริการไปแล้วก่อนหน้านี้ จะช่วยให้ผู้เสียภาษีได้รับความสะดวกในการยื่นแบบและชำระภาษีในเครือข่ายธนาคารได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น เริ่มให้บริการตั้งแต่วันที่ 11 ตุลาคม 2545 เป็นต้นไป

เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2545 กรมสรรพากรได้จัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมมือในการรับชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ตผ่านระบบ e-Pay ระหว่างกรมสรรพากรกับธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) โดย นายศิริโรตม์ สวัสดิ์พาณิชย์ ที่ปรึกษาด้านประสิทธิภาพ ได้ลงนามกับ นายชนินทร์ หอมศิลป์กุล รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) เพื่อเพิ่มทางเลือกแก่ผู้เสียภาษีสามารถชำระภาษีผ่านระบบ e-Pay ซึ่งเป็นบริการชำระเงินผ่านธนาคารระบบใหม่ที่ลูกค้าสามารถสั่งโอนเงินแบบ On-line ตัดเงินจากบัญชีต้นทางไปเข้ายังบัญชีปลายทาง อาจเป็นบัญชีของธนาคารเดียวกันหรือต่างธนาคารกันก็ได้ ขณะนี้มีธนาคารที่เป็นสมาชิกรวม 5 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) จะเริ่มให้บริการชำระภาษีได้ตั้งแต่วันที่ 11 ตุลาคม 2545 เป็นต้นไป

นายศิริโรตม์ สวัสดิ์พาณิชย์ ที่ปรึกษาด้านประสิทธิภาพ กรมสรรพากร เปิดเผยว่า “บริการชำระภาษีผ่านระบบ e-Pay ในครั้งนี้มีเงื่อนไขการใช้งานที่สอดคล้องกับการชำระภาษีผ่านระบบ e-Payment กล่าวคือ จะต้องเป็นการยื่นแบบเสียภาษีทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ของกรมสรรพากรที่ [www.rd.go.th](http://www.rd.go.th) เท่านั้น ได้แก่ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีเงินได้และภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย โดยก่อนหน้านี้กรมสรรพากรได้ร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ให้บริการชำระภาษีผ่านระบบ e-Payment ไปแล้วจำนวน 6 ธนาคาร คือ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และในครั้งนี้เป็นบริการชำระภาษีผ่านระบบ e-Pay ของเครือข่ายอีก 5 ธนาคารข้างต้น บริการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบงาน ไปสู่ความเป็น e-Revenue ของกรมสรรพากรซึ่งจะพยายามขยายช่องทางหรือทางเลือก เพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระภาษีให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ”