

ปัญหาการจัดเก็บภาษีป้ายโฆษณากลางแจ้ง

พิชญาดา ศรีทรัพย์เจริญ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิติศาสตรมหาบัณฑิต

คณะนิติศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

2565

บทคัดย่อ

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	ปัญหาการจัดเก็บภาษีป้ายโฆษณากลางแจ้ง
ชื่อผู้เขียน	นางสาวพิชญดา ศรีทรัพย์เจริญ
ชื่อปริญญา	นิติศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2565

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย รวมถึงศึกษาที่มาของสภาพปัญหา ผลกระทบที่เกิดขึ้น และมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีป้ายโฆษณากลางแจ้งของต่างประเทศ อาทิ ประเทศสาธารณรัฐฝรั่งเศส ประเทศญี่ปุ่น และ ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยนำมาตรการทางกฎหมายของทั้งสามประเทศมาศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน เพื่อแก้ไขปรับปรุงให้สามารถบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาพบว่าพระราชบัญญัติภาษีป้าย พ.ศ. 2510 มาตรา 6 และ มาตรา 7 มีข้อบกพร่องในเรื่องของบทบัญญัติของกฎหมายที่ไม่ชัดเจน ไม่ครอบคลุม และไม่สอดคล้องกับหลักการจัดเก็บภาษีที่ดี ทำให้เกิดปัญหาในการจัดเก็บภาษีป้ายโฆษณากลางแจ้งแต่ละประเภทเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่องของการตีความว่าป้ายโฆษณาแต่ละป้ายนั้นเข้าลักษณะป้ายประเภทใด เพราะประเภทของป้ายก่อให้เกิดการตีความได้หลากหลาย ทำให้เกิดความไม่ชัดเจน ความไม่แน่นอนในการประเมินภาษี และมีช่องโหว่ของกฎหมายทำให้ผู้เสียภาษีใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์โดยไม่ต้องเสียภาษีหรือเสียภาษีน้อยกว่าความเป็นจริงที่เกิดขึ้น อีกทั้งอัตราการเก็บภาษีแต่ละประเภทที่แตกต่างกันมาก ทำให้เกิดการจัดทำป้ายโฆษณาแบบเลี่ยงภาษี เกิดความไม่ยุติธรรม หรือเกิดการโต้แย้งระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐและผู้เสียภาษี เป็นผลทำให้การจัดเก็บภาษีป้ายโฆษณาไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ส่งผลกระทบต่อรายได้ของท้องถิ่นซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท้องถิ่นมีรายได้ไม่เพียงพอที่จะนำไปพัฒนาและการจัดบริการสาธารณะให้แก่ท้องถิ่นได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้เห็นว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ ควรได้รับการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน อีกทั้งพระราชบัญญัติภาษีป้าย พ.ศ. 2510 ไม่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้เป็นปัจจุบันมานานแล้ว แม้ที่ผ่านมาจะมีแก้ไขอยู่บ้างก็เพียงเล็กน้อย เช่น ในเรื่องกำหนดอัตราภาษีป้าย หากใช้การแก้ไขปรับปรุงใน

บทบัญญัติของกฎหมายแม่แต่อย่างใด และเพื่อให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีหาช่องว่างของกฎหมายดังกล่าว หรือหาวิธีหลีกเลี่ยงการเสียภาษีป้ายโฆษณากลางแจ้ง โดยการศึกษาครั้งนี้เฉพาะเจาะจงไปยังผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของป้ายโฆษณาเท่านั้น

จากปัญหาดังกล่าว ผู้เขียนขอเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหา โดยแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติภาษีป้าย พ.ศ. 2510 มาตรา 6 และ มาตรา 7 ในด้านตัวบทกฎหมายควรจะเขียนนิยามของคำว่า “ป้าย” ให้ละเอียด ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และควรมีการกำหนดบทบัญญัติทางกฎหมายเพิ่มเติมในส่วนของประเทศของภาษีป้าย อัตราภาษีป้ายในการจัดเก็บภาษีป้ายโฆษณา เพื่อให้มาตรการทางกฎหมายในเรื่องดังกล่าวสามารถจัดการปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงป้องกันมิให้ปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นได้โดยง่าย นอกจากจะช่วยเหลือเสริมให้ภาคเอกชน หรือ ผู้ประกอบการชำระภาษีป้ายได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ไม่เกิดการหลีกเลี่ยงภาษีแล้ว การจัดเก็บภาษีป้ายโฆษณากลางแจ้งที่ดียังช่วยเหลือภาครัฐ หรือ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นได้อีกทางหนึ่งด้วย เพราะหากมีความไม่ชัดเจน ก็เกิดการเลี่ยงภาษี หรือไม่เช่นนั้นแล้วภาคเอกชน ก็อาจจะผลักภาระภาษีไปให้ผู้บริโภคเป็นผู้จ่ายภาษีนี้ทางอ้อมก็เป็นได้ อนึ่ง การแก้ไขกฎหมายจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีป้ายและก่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้เสียภาษีด้วยเช่นกัน

ABSTRACT

Title of Independent Study	Legal Problems on Outdoor Advertising Billboard Tax Collection
Author	Miss Phichayada Srisubcharoen
Degree	Master of Laws
Year	2022

The purpose of this independent study is to research on the legal measure on outdoor advertising billboard tax collection in Thailand, including the origin of such problem, impacts, and legal measures on the outdoor advertising billboard tax collection of some foreign countries which are France, Japan, and United States of America. I, the author of this independent study, compared the legal measures in these countries with the legal measures in Thailand, using them as models for making our legal measures more effective in practice.

Based on the study, I found that there were some problems on the provisions in the Signboard Tax Act B.E 2510, Section 6 and Section 7. The problems were caused by the provisions with unclear scopes or that do not cover several situations, or is not corresponding to the tax collection in a practical way. As a result, there were a lot of problems with outdoor advertising billboard tax collection, especially with the interpretation on the types of outdoor advertising billboards. Since the types of outdoor advertising billboards could be interpreted in many ways, there are confusions and uncertainty in tax assessment. Additionally, there are legal loopholes which allow the taxpayers to be exempted from tax collection or paying tax less than they are supposed to pay. Furthermore, the tax rates of each outdoor advertising billboard types are different considerably, causing the unfairness or even disputes between the tax officials and taxpayers. Overall, this make the outdoor advertising billboard tax

collection not as effective as it should be and thus affects the revenue of the local administrative organization. The insufficient revenue caused the local administrative organization to be unable to fully develop the city and provide the public services to the people. Thus, such problems should be handled by revising the current provisions to make the law corresponding to the change in society. In addition, Signboard Tax Act B.E 2510 has not been significantly revised to keep up with the current society for a long time. Although, there were some minor revisions such as the revision on outdoor advertising billboard tax rate, which is not really a revision on the provision. The suggested revision also aimed to prevent the taxpayer from finding the legal loophole or avoiding the outdoor advertising billboard tax. I would like to note that this study only focuses on the business owners who uses the outdoor advertising billboards.

According to such problems, I suggest the solutions, which is to revise Signboard Tax Act B.E 2510, Section 6 and Section 7. Regarding the provisions, the “outdoor advertising billboards” should have a clearer definition. Also, there should be additional provisions on the type of the outdoor advertising billboard taxes and the tax rates in outdoor advertising billboard tax collection. Such revision and additional provisions will bolster the legal measures to handle the current problems, including preventing the problems from occurring in the first place. Besides helping the private sector or business owners in paying the outdoor advertising billboard tax correctly and preventing the tax avoidance, the effective outdoor advertising billboards tax collection does indeed financially help the public sectors or local administrative organization. If the provisions still remain unclear, there would be more tax avoidance or, in case of private sectors, the tax burden will be transferred to the customers who would indirectly pay this kind of tax instead. Lastly, it is worth noting that the revision will create the better effectiveness and fairness in tax collection to all the taxpayers as well.