

研究項目：網際網路在租稅宣導運用上之探討

研究單位：台中市稅捐稽徵處

研究人員：李文綺、朱淑惠

研究日期：95年2月1日至95年7月31日

## 報 告 內 容 摘 要

### (一) 研究緣起與目的

科技的日新月異，帶來網路快速發展與上網人口不斷增加。目前網路已成為人們獲得新知的主要媒介之一，在可見的未來，網路更將漸漸取代傳統之宣傳管道，成為 e 世代最依賴的媒體。為因應此趨勢潮流，期透過望網路超越時空無遠弗屆、即時傳輸之特性，提供最新稅務資訊，讓民眾不出門便知稅務事，隨時獲得切身有關訊息，供其參考運用，以擴大宣導層面和績效，落實便民、服務、效率之精神。

### (二) 研究方法與過程

透過下列方式進行瞭解、資料蒐集與分析，研究透過網路媒介之創新作法，提升租稅宣導之可行性與效益評量：

1. 參考專書、期刊、雜誌
2. 至公、私部門網站，上網瀏覽學習與觀摩
3. 實地參訪、請益

### (三) 研究發現與建議

1. 整理線上學習、觀摩、參訪心得與問卷調查意見
2. 建議創新項目與分析其可行性

## 一、前言

科技的日新月異，帶來網路快速發展與上網人口不斷增加。依據創市際市場研究公司於 2004 年 8 月針對台灣地區 10 歲以上的民眾，以電話訪問方式進行「跨媒體使用行為調查」，發現在一週內有上網的人口已佔台灣人口的 45.5% 以上，僅次於電視的 81.8%，成為台灣之第二大媒體，超越報紙的 37.0%，雜誌期刊類的 36.0% 及廣播電台的 25.2%。由該調查結果顯示，目前網路已成為人們獲得新知的主要媒介之一，在可見的未來，網路更將漸漸取代傳統之宣傳管道，成為 e 世代最依賴的媒體。為因應此趨勢潮流，期透過網路超越時空無遠弗屆、即時傳輸之特性，提供最新稅務資訊，讓民眾不出門便知稅務事，隨時獲得切身有關訊息，供其參考運用，以擴大宣導層面和績效，落實便民、服務、效率之精神。

## 二、現況研討

為加強法令宣導，平常即設計、製作多元化的 e 網通系列活動，如電子報傳輸、納稅服務與活動訊息、節稅 e-learning、及線上票選、遊戲競賽、測驗、抽獎活動等，吸引不同年齡層、不同需求民眾之喜愛。94 年度上網查詢瀏覽人數達 789,503 人次，較 93 年度激增 544,785 人次，顯示利用網路迅速獲得租稅訊息之民眾正呈現倍數增加。而如何豐富網路宣導區塊，落實便民服務，將是我們繼續努力的方向。

## 三、建議

除目前已推廣的各種宣導方式外，時下流行的部落格傳播平台是機關與民眾間極為有效的雙向溝通管道，亦是宣導

的另一新利器。可以下列方式來規劃建置：

- (一) 邀請財稅專家、學者、或處長、本處同仁等，定期於部落格發表文章，讀者可就文章內容回應感想、心得。
- (二) 設計稅務與時事或日常生活相關連的議題放置於部落格，讀者以不拘形式發表意見，若遇部落客錯誤見解，即時由稅捐處同仁以網友身份引用法規或解釋函令參與討論導正。透過百家爭鳴，讓觀念愈辯愈明。
- (三) 公布納稅資訊和活動訊息，引導讀者進入稅捐處網站查詢瀏覽更多、更詳細的資訊，而達到宣傳之目的。

#### 四、結論

由於部落格文章具有立即性和媒體熱度，一旦決定設立，必須做好面對無從預測、甚至無厘頭的讀者反應或批評。所以架設前下列事項應做好完整的規劃與考量，方能顯現成效，而無負面的影響：

- (一) 考慮清楚你希望部落格達成何種目的。
- (二) 熟悉規則—部落格是雙向溝通的新方法，特色是非正式的語調、及時更新與坦率的討論。
- (三) 務必投入時間及資源，以維持更新部落格。
- (四) 研究設立部落格的法律層面及訂定指導綱要，好讓主管及員工瞭解那些內容是不被允許的。

參考文獻：

- 一、太世科網路行銷公司陳浩正顧問之「政府服務的行銷推廣」講綱
- 二、94年9月4日工商時報之「企業部落格」專論
- 三、至公、私部門網站上網瀏覽觀摩