

กลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี

พิทักษ์ สุหฤตดำรง

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร

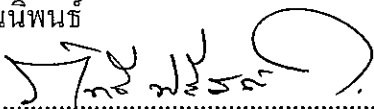
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

เมษายน 2559

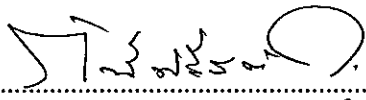
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

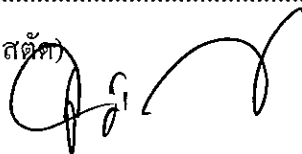
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ พัทธ์ชัย สหฤทธดำรง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

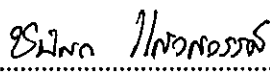
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์


..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.ภัทรี ปรีสัตต)

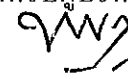
คณะกรรมการสอบปากเปล่า


..... ประธาน
(ดร.ภัทรี ปรีสัตต)


..... กรรมการ
(ดร.สาธิต ปิตวรา)


..... กรรมการ
(ดร.ชนิสรา แก้วสุวรรณ)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่ 26 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2559

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร.ภทธีร์ ตรีสัตต ที่สละเวลาให้คำปรึกษาและคำแนะนำ รวมถึงวิชาความรู้ต่าง ๆ ในการจัดทำงานนิพนธ์ฉบับนี้ ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ คอยเป็นกำลังใจและให้ความห่วงใยเสมอมา ผู้ทำวิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตากรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช และ ดร.ทักษญา สง่าโยธิน กรรมการสอบงานนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำชี้แนะแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัย ทำให้งานนิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตลอดจนอาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และประสบการณ์ที่มีค่ายิ่ง และทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณผู้ถูกสัมภาษณ์ทุกท่าน ที่ให้ความรู้ สอบถามข้อมูล และบุคคลที่เกี่ยวข้องทุกคน ที่ให้ข้อมูลสนับสนุนการทำงานนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ในหลักสูตร Y-MBA 28 ที่ให้ความช่วยเหลือ และอยู่ด้วยกันอย่างอบอุ่นตลอดระยะเวลาสองปีที่ผ่านมา

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณครอบครัวที่เป็นกำลังใจในการศึกษา และช่วยสนับสนุนโอกาสทางการศึกษามาโดยตลอด

ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

พิทักษ์ สุหฤทธดำรง

56710300: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจ; บธ.ม. (บริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร)

คำสำคัญ: กลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัด/ ตลาดนัด/ จันทบุรี

พיתักษ์ สุหฤทธดำรง: กลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี

(STRATEGY TO SUCCEED IN ESTABLISHING WEEKEND MARKET IN CHANTABURI PROVINCE) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ภัทรี พิธีสตัด, Ph. D. 132 หน้า. ปี พ.ศ. 2559.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัด และศึกษาถึงสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งตลาดในจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการการสัมภาษณ์ โดยเริ่มสัมภาษณ์ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ จำนวน 15 คน ก่อน แล้วจึงสัมภาษณ์แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด จำนวน 11 คน จากนั้นสัมภาษณ์ผู้บริหารงานตลาดนัด จำนวน 4 คน สุดท้ายสัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัด จำนวน 4 คน โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และข้อมูลที่ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ทั้งจากหนังสือ บทความ วารสาร เพื่อนำมาใช้ประกอบการศึกษาวิจัยให้สมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

ผลการวิจัย ในการจัดตั้งตลาดนัดให้ประสบความสำเร็จนั้น อย่างแรกที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัด คือ การเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดนัดต้องตั้งอยู่ในชุมชน และสามารถเดินทางไปตลาดนัดได้สะดวก จำนวนร้านค้าในตลาดนัดควรมีอย่างน้อย 20 ร้านค้าขึ้นไป และต้องมีของสด ของแห้ง อาหารปรุงสำเร็จ ตลอดจนเครื่องใช้ในบ้าน สินค้าในตลาดนัดต้องมีสินค้าใหม่ ๆ แปลก ๆ ที่ยังไม่มีในตลาดนัด รองลงมาคือ ต้องการไปซื้อสินค้าที่ราคาถูก ผู้จัดตลาดนัดต้องคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่มนุษยสัมพันธ์ที่ดี ประเด็นที่มีความสำคัญที่ทำให้ต้องการไปซื้อสินค้าในตลาดนัด คือ ต้องการไปซื้อสินค้าเพื่อบริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดจะซื้อไปรับประทานเอง และผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดจะเป็นคนวัยกลางคน ในส่วนของการทำ Promotion คือ การให้พ่อค้าแม่ค้าเข้ามาขายสินค้าฟรีในช่วงการเปิดตลาดนัดใหม่ และสถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องคำนึงถึงประเด็นเรื่อง ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน

56710300 : MAJOR: BUSINESS ADMINISTRATION;

M.B.A. (BUSINESS ADMINISTRATION)

KEYWORDS : STRATEGY TO SUCCEED IN ESTABLISHING WEEKEND MARKET/
WEEKEND MARKET/ CHANTABURI PROVINCE

PITAK SUHARITDUMRONG: STRATEGY TO SUCCEED IN ESTABLISHING
WEEKEND MARKET IN CHANTABURI PROVINCE. THESIS ADVISOR: PHATRE
FRIESTAD, PH.D., 132 P. 2016.

The research attempts to study strategy to succeed in establishing weekend market and to study circumstances related to the establishment of weekend market in Chantaburi Province. The researcher has studied and compiled qualitative data with the interviews. 15 consumers who went to buy products at the weekend market regularly as well as 11 merchants were interviewed. In addition, 4 administrators and 4 owners of the weekend market were interviewed. The data then were analyzed with the data from the literature review as well as the data from several documents including books, articles, journals to fulfill the work in this study with the content analysis technique.

The findings reveal that to succeed in establishing weekend market, the first factor is the location selection. The market needs to be in the community and convenient to transport to. There should be at least 20 shops at the market including fresh food, dried food, ready-to-eat food as well as household equipments. The products in the market should be new and distinguish from other market. The another factor is the market owners have to find merchant with good human relations. The key purpose to buy things in the weekend market is to buy things for consumption. The behavior of consumers to buy products in the weekend market is to buy food. The consumers were mostly in the middle age. The campaign to promote the sales during the newly open of the market is to allow merchants to sell their products for free. The issues concerning the location were the cleanliness, car park, toilet and, footpath.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ	
ความสำคัญและที่มาของโครงการ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
คำถามการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ของงานวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับตลาดนัด.....	8
ทฤษฎีทางการตลาด (Marketing Analysis).....	9
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industrial Analysis).....	9
การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน.....	10
การวิเคราะห์ความสามารถในองค์กร (SWOT Analysis).....	12
ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด (Marketing Mix).....	13
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	15
ระบบภาษี.....	23
ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	29
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	33
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
4 ผลการศึกษา.....	36
ส่วนที่ 1 ผลสัมฤทธิ์ ของผู้บริ โภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ.....	36
ส่วนที่ 2 ผลสัมฤทธิ์ ของพ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด.....	46
ส่วนที่ 3 ผลสัมฤทธิ์ ของเจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัด.....	56
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	64
สรุปผลการวิจัย.....	64
อภิปรายผลการวิจัย.....	67
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้.....	68
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	68
บรรณานุกรม.....	69
ภาคผนวก.....	71
ภาคผนวก ก.....	72
ภาคผนวก ข.....	79
ภาคผนวก ค.....	86
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	134

ตารางที่	หน้า
4-28 ข้อเสนอแนะ ของเจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัด.....	63

สารบัญรูปร่าง

ภาพที่	หน้า
2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน.....	11

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตสังคมมนุษย์มีระบบเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเองแต่ละครอบครัวสามารถผลิตพืชผลไว้รับประทานในครัวเรือนของตนได้ ข้าวของเครื่องใช้ในครัวเรือนก็เป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ยากเพราะอาศัยวัตถุดิบที่มีตามธรรมชาติเป็นหลัก แม้แต่เสื้อผ้าก็ทอขึ้นใช้เอง เมื่อสังคมพัฒนาขึ้นและคนสามารถผลิตพืชพันธุ์ธัญญาหาร ตลอดจนสิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็นได้ในปริมาณที่มากกว่าความต้องการจนเหลือเป็นส่วนเกิน จึงนำผลผลิตส่วนเกินนั้นไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งของหรืออาหารที่ตนและครอบครัวไม่สามารถผลิตขึ้นมาได้ การแลกเปลี่ยนนี้อาจเป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างหมู่บ้านหรือระหว่างเมืองที่อยู่ห่างไกลออกไป โดยอาศัยพ่อค้าวัวหรือกองคาราวาน หรืออาจจะนำผลผลิตนั้นไปแลกเปลี่ยนด้วยตนเอง แหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในยุคสมัยนั้นจึงไม่เป็นสถานที่ที่แน่นอน ต่อมาเมื่อสังคมเจริญขึ้นเป็นเมืองใหญ่มีสภาพและฐานะเป็นสังคมเมืองการใช้เงินตราเริ่มแพร่หลาย และการค้าขายมีการขยายตัวส่งผลให้ความต้องการสินค้าอุปโภคและบริโภคมีมากขึ้นตามไปด้วย จึงเกิดความจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์หรือสถานที่สำหรับซื้อขายสินค้านั้น นั่นคือตลาด ซึ่งมักจะเป็นที่ที่คนในสังคมทั้งทางบกและทางน้ำ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการคมนาคมทั้งทางบกและทางน้ำ ขนาดของตลาดจะใหญ่หรือเล็กเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับชุมชนที่ตลาดนั้นตั้งอยู่ หรือจำนวนสินค้าที่นำมาวางขายในตลาดแห่งนั้น นอกจากนี้แล้วลักษณะของตลาดยังขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนนั้น ๆ เช่น ถ้าชุมชนใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นสำคัญ ตลาดของชุมชนนั้นก็เรียกว่า “ตลาดน้ำ” หรือถ้าใช้การคมนาคมทางบกในการติดต่อค้าขายก็เรียกว่า “ตลาดบก” ตลาดจึงเป็นสถานที่ที่แสดงให้เห็นวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในสังคมอีกด้วย (สาคร กิตติราช, 2541)

ตลาดแบบสากล หมายถึง ตลาดที่มีรูปแบบและต้นกำเนิดในประเทศทางตะวันตก อาณาจักรกรีกซึ่งเป็นแหล่งวัฒนธรรมและอารยธรรมโบราณที่สำคัญของโลก เรียกตลาดว่า อะกอรา (Agora) ส่วนโรมันเรียกตลาดว่า ฟอรัม (Forum) ทั้งอะกอรา และฟอรัมต่างก็มีความคล้ายคลึงกันในด้านสถานที่ตั้งและหน้าที่ใช้สอยของตลาด กล่าวคือ ตลาดมักตั้งอยู่กลางเมืองเป็นที่พบปะของคนในชุมชนนั้นและชุมชนใกล้เคียงนอกเหนือไปจากเป็นที่แลกเปลี่ยนและซื้อขายสินค้านั้น โดยลักษณะของตลาดในระยะแรกจะเป็นแบบตลาดนัด คือ มีการซื้อขายสินค้านั้นเป็นครั้งคราวหรือตามวันที่กำหนด ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สินค้าที่นำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนมักเป็นสินค้าตาม

ฤดูกาล เช่น เสื้อขนสัตว์ หนังสัตว์ ฝ้าย เมล็ดพืช ซึ่งสินค้าเหล่านี้พอค้าอาจนำมาขายเพียงปีละครั้ง ไม่ได้วางขายอย่างถาวร ส่วนสินค้าที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร นม เนย ไข่พวกพอก้า ต้องนำมาขายกันเป็นประจำทุกสัปดาห์ (สาคร กิตติราช, 2541) และเนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจและตลาดในยุโรปเริ่มมีมากขึ้นในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 13 คือ ไม่เพียงแต่เกิดตลาดที่เป็นทั้งที่อยู่อาศัยและสถานที่ค้าขายสินค้าเครื่องอุปโภค บริโภค เท่านั้น ยังเกิดตลาดขายสินค้าหลัก ๆ เช่น เครื่องเทศ ฝ้ายขนสัตว์ ยา เพื่อขนส่งไปยังตลาดเล็ก ๆ ตามเมืองต่าง ๆ และส่งออกไปยังต่างประเทศ ในขณะที่การขยายตัวของตลาดมีมาตามลำดับ นับตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 เป็นต้นมา ประกอบกับเกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมขึ้นในประเทศอังกฤษก็ยิ่งทำให้มีสินค้าที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมมากมาย และต้องหาทางส่งออก หรือจำหน่ายไปยังลูกค้าหรือผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ นั่นหมายถึงต้องการหาตลาดเพื่อเป็นแหล่งระบายสินค้าเหล่านั้น การขยายตัวของตลาดเช่นนี้บ่งบอกถึงความเจริญทางเศรษฐกิจของยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ตลาดใหญ่มักมีที่ตั้งอยู่ตามเมืองสำคัญ ๆ ที่เป็นศูนย์กลางความเจริญของประเทศ เช่น ตลาดในกรุงปารีสประเทศฝรั่งเศส ส่วนในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ ตลาดในเมืองนิวยอร์ก และบอสตัน ในปัจจุบันนี้ ตลาดใหญ่ที่ขายส่งสินค้าเฉพาะอย่างยังคงมีอยู่ตามเมืองใหญ่ของประเทศต่าง ๆ เช่น ลอนดอน นิวยอร์ก อัมสเตอร์ดัมเซี่ยงไฮ้ กรุงเทพมหานคร สิงคโปร์ (เอกวัฒน์ สืบสกุล, 2545)

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งในด้านอัตราการเพิ่มของประชากรโลกและพฤติกรรมของผู้บริโภคทุกกลุ่ม ล้วนทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในเรื่องของความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการเป็นอย่างมาก ความก้าวหน้าและวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีก็มีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มต่าง ๆ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงยังทำให้เกิดการค้าและพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง จากเดิมนั้นประเทศไทยมีการค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่สืบเนื่องกันมา ได้แก่ รูปแบบของร้านขายของชำตลาดสด หรือกระทั่งตลาดนัด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะของระบบเศรษฐกิจของสังคมไทยมานาน แต่ในปัจจุบันมีร้านค้าในรูปแบบใหม่ที่ปรากฏในรูปแบบของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าเฉพาะด้าน เป็นต้น โดยเข้ามามีอิทธิพลกับระบบตลาดชาวบ้านแทนร้านค้าปลีกที่เคยมีมาพร้อมกับสังคมไทยซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทำให้บทบาทการตลาดจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถรับมือกับการแข่งขันที่จะทวีความรุนแรงกันมากขึ้นต่อไป (กิตติคุณ วิจารณ์วาทวิทยา, 2553)

กิจกรรมการแลกเปลี่ยนซื้อขายอยู่คู่กับมนุษย์มานาน เพราะมนุษย์ไม่สามารถผลิตทุกอย่างได้ด้วยตนเองจึงจำเป็นต้องมีการซื้อขายระหว่างกัน ซึ่งการแลกเปลี่ยนซื้อขายได้มีการพัฒนาการจากการแลกเปลี่ยนเฉพาะในชุมชนสู่ระหว่างชุมชนที่ใกล้เคียงและชุมชนที่ห่างออกไป

ซึ่งสถานที่ที่ใช้เป็นพื้นที่ของกิจกรรมนี้เรียกว่าตลาด ตลาดจึงถือเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ในปัจจุบันสังคมมนุษย์ได้มีการขยายตัวขึ้นการแลกเปลี่ยนซื้อขายสิ่งของระหว่างชุมชนเริ่มขยายเป็นแหล่งใหญ่ขึ้นจึงเกิดเป็นศูนย์กลางหรือแหล่งรวมสินค้าหลากหลายชนิดที่เรียกว่าตลาด และเมื่อบ้านเมืองมีการพัฒนาการใช้ชีวิตของมนุษย์ก็เปลี่ยนไป รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการที่มากขึ้นตลาดนัดเป็นตลาดที่จัดให้มีขึ้นเฉพาะวันและสถานที่ที่กำหนดอาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์ และจะเป็นเช่นนั้นไปเรื่อย ๆ จนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน ตลาดลักษณะนี้มีอยู่ทั่วไปทั้งในชนบทและตัวเมืองใหญ่สำหรับสถานที่ที่ใช้เป็นตลาดนัดส่วนใหญ่จะใช้บริเวณลานวัด ข้าง ๆ สวนสาธารณะ หรือใกล้บริเวณชุมชนที่ผู้คนสัญจรไปมาได้สะดวก ส่วนขนาดของตลาดนัดแต่ละพื้นที่ ก็ขึ้นอยู่กับความหนาแน่น และความเจริญของชุมชนนั้น สินค้าที่พ่อค้าแม่ค้านำมาวางขายจะมีหลากหลาย อย่างเช่นเดียวกับสินค้าที่มีขายในตลาดสด อาจจะมีสินค้าบางอย่างที่ในตลาดสดไม่มีวางขาย แต่จะมีขายเฉพาะในวันที่มีตลาดนัดเท่านั้น นอกจากนี้ตลาดนัดบางแห่งจะขายสินค้าเฉพาะอย่างเท่านั้น เช่น ตลาดนัดวัว ตลาดนัดควาย ก็จะขายเฉพาะวัวและควายเท่านั้น เวลาที่ขายอาจมีเฉพาะช่วงเช้าครั้งหนึ่ง และช่วงเย็นอีกครั้งหนึ่งหรืออาจจะขายทั้งวันก็ได้(สาคร กิตติราช, 2541)

พบว่าในพื้นที่เขตชนบทของประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายมักประสบปัญหาในการจัดตั้งแหล่งกลางถาวร เพราะจำนวนประชากรในชนบทมีน้อยและอยู่กระจัดกระจาย ประกอบกับการคมนาคมไม่สะดวกค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังแหล่งกลางถาวรสูงและเสียเวลาในการเดินทางมาก จำนวนผู้บริโภคที่คิดจะเดินทางมาจับจ่ายสินค้ายังในเมืองจึงมีน้อย ทำให้พื้นที่ในชนบทไม่สามารถจัดตั้งเป็นแหล่งกลางถาวรประกอบการการค้าแบบอยู่ประจำที่ได้ พ่อค้าเร่จากหลายถิ่นต้องนำสินค้าเคลื่อนย้ายออกไปเสนอขายถึงมือผู้ซื้อเกิดเป็นลักษณะการค้าแบบเร่ขายสินค้าโดยพ่อค้าเร่จะรวมตัวกัน ณ ย่านที่มีประชาชนผ่านไปมาแถบริมถนนจัตุรัส หรือศาสนสถานตั้งเป็นตลาดนัดชั่วคราวขึ้น เกิดระบบการค้าแบบตลาดที่มีการนัดขายสินค้าเฉพาะบางวัน ซึ่งเปลี่ยนวันเวลาสถานที่ในการติดตลาดไปเรื่อยๆตามนัด(สาคร กิตติราช, 2541)

ตลาดนัดเป็นธุรกิจการค้าปลีกอีกแบบหนึ่งและได้ชื่อว่าเป็นตลาดที่ใกล้ชิดกับผู้คนมากที่สุดเป็นแหล่งรวมของทั้งผู้ซื้อและผู้ขายที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าแหล่งซื้อขายอื่น ๆ ซึ่งตลาดนัดจะมีสินค้าที่หลากหลายมากมายที่มีความเหมาะสมกับการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยจะมีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนสินค้าอยู่ตลอดเวลาวันและเวลาในการจัดตลาดนัดแต่ละแห่ง ซึ่งทำให้เห็นว่าตลาดนัดเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี แนวโน้มการเจริญเติบโตของตลาดนัดมีความเป็นไปได้ที่จะเติบโตขึ้นอย่างแน่นอน เพราะตลาดนัดเป็นแหล่งที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งในแง่ของผู้ซื้อ

แรงจูงใจที่จะจับจ่ายเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดีในราคาถูกและสามารถต่อรองราคาได้ (อรอุษา เจนประภาพงศ์, 2552) และสิ่งที่สำคัญคือ ในตลาดนัดมีสินค้าให้เลือกซื้อได้อย่างหลากหลายและราคามีความเหมาะสมมากกว่าร้านค้าปลีกทั่ว ๆ ไปจึงทำให้ตลาดนัดสามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคได้ในทุกระดับการที่ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าจากตลาดนัดกันมากขึ้น ในภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ส่งผลให้ตลาดนัดมีเงินหมุนเวียนค่อนข้างสูง ธุรกิจตลาดนัดจึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าจับตามอง เพราะสามารถบอกถึงระดับเศรษฐกิจมวลรวมได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการพัฒนาตลาดนัดให้มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคจำเป็นต้องมีกระบวนการพัฒนาที่เป็นระบบโดยมีข้อมูลข่าวสารของตลาดเพื่อเป็นกลไกในการเชื่อมโยงระหว่างผู้บริโภคกับผู้ขาย รวมถึงในเรื่องของความสะอาดและความเป็นระเบียบของตลาดนัด (พุทธชาติ อินทรบำรุง 2553)

ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของตลาดนัดว่า หมายถึง “ที่ชุมชนเพื่อซื้อขายสิ่งของต่าง ๆ ซึ่งมีได้ตั้งอยู่เป็นประจำแต่จัดให้มีขึ้นเฉพาะวันที่กำหนดเท่านั้น”

จังหวัดจันทบุรี เป็นจังหวัดทางชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย มีเนื้อที่ 6,388 ตารางกิโลเมตร สภาพภูมิประเทศ ประกอบไปด้วย ป่าไม้ ภูเขา ที่ราบสูง ที่ราบลุ่มน้ำ และที่ราบชายฝั่งทะเล ในส่วนของพื้นที่ป่าไม้มีประมาณ 3 ใน 10 ของพื้นที่ ทั้งจังหวัดมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา และสระแก้วทางทิศเหนือ ทิศตะวันออกติดกับจังหวัดตราด และประเทศกัมพูชา ทิศใต้ติดกับอ่าวไทย และทิศตะวันตกติดกับจังหวัดระยอง และชลบุรี อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 245 กิโลเมตร จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีเกษตรกรรมเป็นพื้นฐานของเศรษฐกิจ โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในจังหวัดจันทบุรีเกินครึ่งหนึ่งมาจากภาคเกษตรกรรม รองลงมาเป็นอุตสาหกรรม การก่อสร้าง การศึกษาและภาคส่วนอื่น ๆ ตามลำดับ ในปี พ.ศ. 2555 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในจังหวัดจันทบุรี รวมมูลค่าทั้งสิ้น 100,901 ล้านบาท คิดเป็นอันดับที่ 22 ของประเทศและมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในจังหวัดต่อหัว 200,876 บาทต่อปี ในส่วนของรายได้ที่แท้จริงของประชากรในจังหวัดจันทบุรีนั้น ประชากรในจังหวัดมีรายได้เฉลี่ย 7,784 บาทต่อเดือน และมีรายจ่ายเฉลี่ย 6,655 บาทต่อเดือน สัดส่วนของคนจนในจังหวัดจันทบุรีเมื่อพิจารณามิติของรายได้ พบว่ามีประชากร 8.8 เปอร์เซ็นต์ อยู่ในสภาวะยากจน

จากเหตุผลตามที่กล่าวมาทำให้ปัจจุบันมีตลาดนัดเคลื่อนที่ที่เกิดขึ้นมาเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจและสังคมประชาชนว่างงานกันมากขึ้น ทำให้มีเจ้าของพื้นที่ผู้ประกอบการหรือผู้จัดตลาดนัดหลายรายให้ความสนใจเข้ามาสู่ตลาดกันมาก รวมทั้งร้านค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ ที่ขยายจำนวนสาขาเข้ามาแข่งขันเพื่อครองส่วนแบ่งทางการตลาดผู้ศึกษาได้เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะศึกษาถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จในการตั้งตลาด

นักในจังหวัดจันทบุรี ทั้งในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการตั้งตลาดนัดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและประโยชน์ต่อผู้สนใจจะตั้งตลาดนัดสินค้า ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

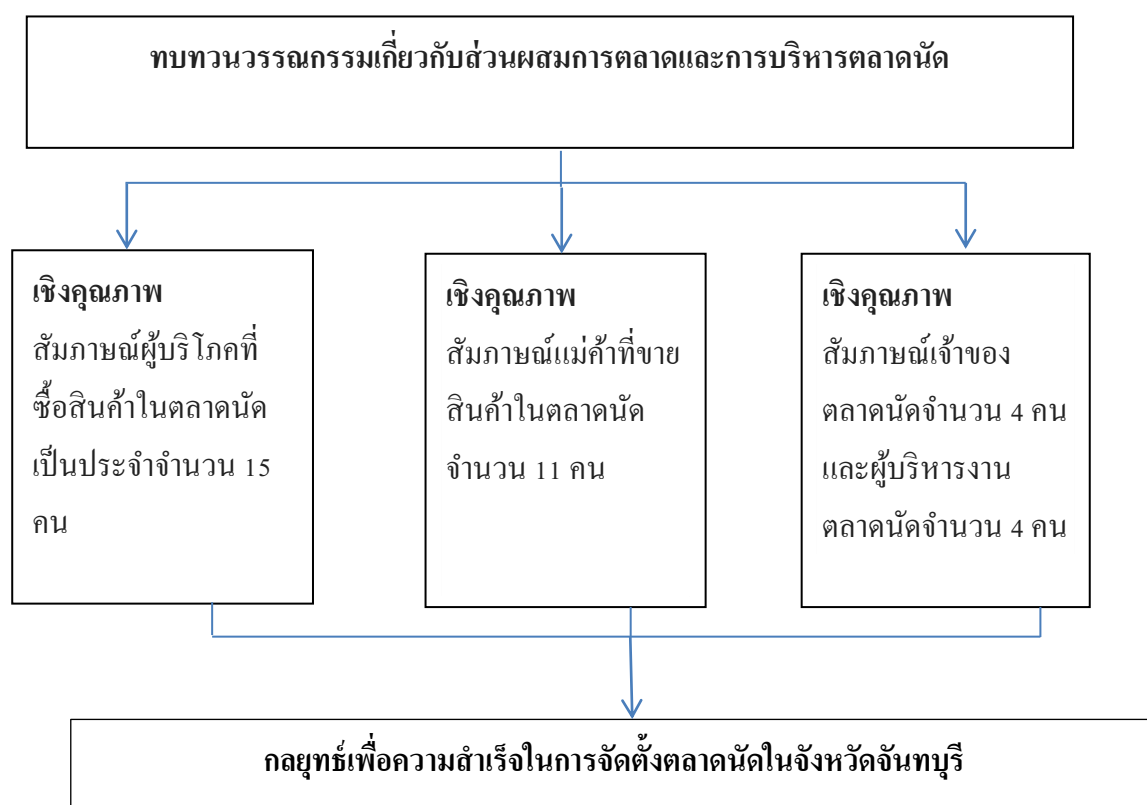
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งตลาดในจังหวัดจันทบุรี

คำถามการวิจัย

1. มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จในการตั้งตลาดนัด และสภาพแวดล้อมของตลาดนัดควรเป็นเช่นใด
2. ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการดำเนินงานในการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ของงานวิจัย

1. สามารถนำไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจ และกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ สำหรับผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจตั้งตลาดนัดสินค้า
2. เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาต่อผู้สนใจจะตั้งตลาดนัดสินค้า หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจน นิสิต นักศึกษาที่ต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษา

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดจันทบุรี
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษากลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี
3. ขอบเขตของระยะเวลาอยู่ในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยศึกษางานวิจัยนี้ ตั้งแต่สิงหาคม พ.ศ. 2558 ถึงมกราคม พ.ศ. 2559

นิยามศัพท์เฉพาะ

ตลาดนัด หมายถึง ที่นัดพบเพื่อซื้อขายสินค้าอุปโภคและบริโภคประเภทอาหารสด อาหารสำเร็จรูปอาหารพร้อมปรุง และสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน ซึ่งมีได้ตั้งอยู่ประจำหรือถาวรแต่จัดให้มีขึ้นตามสถานที่วันเวลาที่กำหนดไว้ โดยมีคนกลางซึ่งเรียกว่า “ผู้จัด” เป็นผู้ประสานผู้ซื้อ หมายถึง ผู้ที่ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ขายสินค้าในตลาดนัด

พฤติกรรมกรซื้อ หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนการเลือกสินค้าการซื้อสินค้า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค จำแนกออกเป็น เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ประสบการณ์

แรงงาน หมายถึง แรงงานที่ธุรกิจนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

เงินลงทุน หมายถึง เงินทุนในการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นการซื้อทรัพยากรต่าง ๆ ใช้ในการว่าจ้างแรงงาน ใช้ในการลงทุนซื้อสินทรัพย์ต่าง ๆ และใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

วัตถุดิบ หมายถึง ของที่ซื้อมาเพื่อใช้เป็นส่วนผสมหรือส่วนประกอบอันสำคัญในการผลิตสินค้าสำเร็จรูป

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาด ซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย หรือการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่คุณต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

ด้านราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่า และคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม

ด้านบุคลากร หมายถึง การคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพ อ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเพื่อนำข้อมูล ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับตลาดนัด
2. ทฤษฎีทางการตลาด (Marketing analysis)
3. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industrial analysis)
4. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน
5. ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด (Marketing mix)
6. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
7. ระบบภาษีตลาดนัด
8. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับตลาดนัด

ตลาด หมายถึง สถานที่ที่เป็นชุมชน หรือเป็นที่ซึ่งคนมาชุมนุมเพื่อซื้อและขายสินค้าทั้งในรูปของวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูป เป็นประจำทุกวัน เป็นบางครั้ง หรือตามวันที่ที่กำหนดโดยที่ตั้งของตลาดอาจมีเพียงที่เดียว หรือมีหลายที่ที่ตั้งอยู่ใกล้กัน ในบริเวณที่มีทำเลเหมาะสม เช่น อยู่กลางของชุมชน ซึ่งเหมาะจะเป็นที่นัดพบ หรือเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของคนในชุมชนนั้น ๆ ด้วยเหตุนี้เมื่อมีชุมชนอยู่ ณ ที่ใดก็มักจะมีตลาดอยู่ ณ ที่นั้น ตลาดจึงมีมาแต่ครั้งโบราณในทุกสังคม สำหรับผู้ขายในตลาดนัด หรือพ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัด มีหลายประเภท สำหรับในประเทศไทยอาจแบ่งได้เป็น

ผู้ขายตลาดนัดโดยเฉพาะ คือ พ่อค้าแม่ค้าที่มีอาชีพขายสินค้าตามตลาดนัด โดยจะขายสินค้าตามตลาดนัดต่าง ๆ ทุก ๆ วัน เพื่อที่จะสามารถขายสินค้าได้ทุกวัน สินค้าที่ขายอาจจะเหมือนเดิม หรือแตกต่างกันในแต่ละตลาดก็ได้

ผู้ขายเจ้าถิ่น คือ พ่อค้าแม่ค้าที่ขายสินค้าเป็นประจำในบริเวณของตลาด แต่เหตุที่ต้องมาขายในตลาดนัดในวันที่มีตลาดนัด เนื่องจากแม่ค้าพ่อค้าเหล่านั้น ขายสินค้าได้น้อยลงในวันที่มีตลาดนัด

ผู้ขายมือสมัครเล่น เนื่องจากตลาดนัดโดยส่วนใหญ่ จะไม่มีการให้จับจองล่วงหน้าหรือกำหนดที่ตายตัว ใครมาตามนัดก่อนจะได้เลือกที่ขายก่อน ดังนั้นจึงเปิดกว้างให้ผู้ขายรายใหม่ เข้ามาขายได้ และเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของตลาดนัด ที่มีคนขายไม่ซ้ำหน้า และที่ประจำไม่มี ต้องเดินให้ทั่วตลาด ในส่วนของรูปแบบของตลาดนัดในประเทศไทยนั้นสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ตลาดนัดอาหารสดเพียงอย่างเดียว หรือเรียกว่าตลาดสด แต่จะขายทุกอย่างที่สามารถนำมาขายได้
2. ตลาดนัดเสื้อผ้า
3. ตลาดนัดแผงหนังสือ
4. ตลาดนัดพระเครื่อง
5. ตลาดนัดรถยนต์
6. ตลาดนัดบ้านมือสอง

ทฤษฎีทางการตลาด (Marketing Analysis)

ทฤษฎีทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง คือ การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งการวิเคราะห์ความสามารถภายในองค์กร และทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด ซึ่งมีรายละเอียดต่อไปนี้ (Kotler, 2003)

การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่ง (STP)

เนื่องจากผู้บริโภคมีจำนวนมากและมีความต้องการที่หลากหลาย จึงไม่สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้หมดทุกคน ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องทำการแบ่งส่วนตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ การตลาดเป้าหมายจำเป็นที่จะต้องทำ 3 ขั้นตอน ดังนี้ (Kotler, 2003)

1. การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation)
2. การเลือกตลาดเป้าหมาย (Market targeting)

3. การวางตำแหน่งในตลาด (Market positioning)

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industrial Analysis)

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมจะมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอยู่ 2 ทฤษฎีคือการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกองค์กร และการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน ซึ่งมีรายละเอียดต่อไปนี้ (Philip Kotler. 2003)

การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกองค์กร (PESTLE Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง เพราะว่าเป็นการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยภายนอกต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงทิศทาง และสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม โดยสภาวะแวดล้อมเหล่านี้จะไม่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจโดยตรง แต่สามารถมีอิทธิพลหรือผลกระทบทางอ้อมต่อองค์กรได้ (Kotler, 2003) สภาพแวดล้อมภายนอกดังกล่าวประกอบไปด้วย

สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Political environment)

เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับโครงการที่ผู้ลงทุนจะต้องศึกษา เช่น นโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน เป็นต้น

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic environment)

เป็นปัจจัยที่เกิดจากสภาพเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ เช่น แนวโน้มเศรษฐกิจโลก แนวโน้มเศรษฐกิจประเทศไทย ราคาน้ำมันดิบ อัตราเงินเฟ้อการว่างงานอัตราดอกเบี้ยอัตราแลกเปลี่ยนมูลค่าการส่งออก เป็นต้น

สภาพแวดล้อมทางสังคม-วัฒนธรรม (Social-cultural environment)

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางสังคม-วัฒนธรรม โดยผู้ประกอบการจะต้องศึกษาถึงสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมเพื่อนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์ของธุรกิจได้

สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technology environment)

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เพราะว่าการแข่งขันที่สูงในปัจจุบันนั้นผู้ประกอบการที่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถแข่งขันได้

สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย (Political & legal environment)

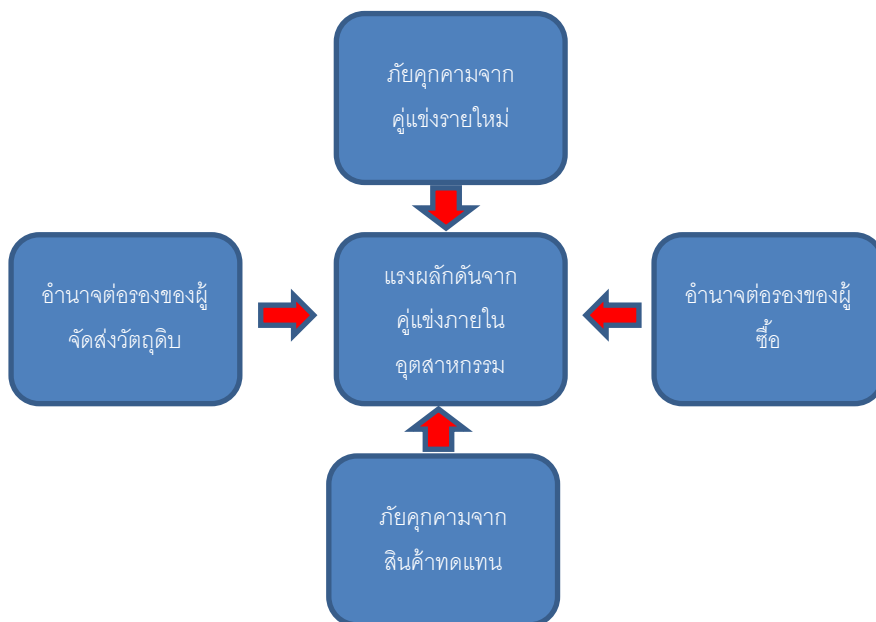
เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับโครงการที่ผู้ลงทุนจะต้องศึกษา เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน เป็นต้น

สภาพแวดล้อมทางสิ่งแวดล้อม (Environmental environment)

เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสิ่งแวดล้อม เช่น สิ่งแวดล้อมในระดับท้องถิ่น ประเทศ และ สังคมโลก เป็นต้น

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ศาสตราจารย์ Michael E. Porter (1985) เสนอแนวคิดในการวิเคราะห์โครงสร้าง อุตสาหกรรมและได้กำหนดแรงผลักดัน 5 ประการ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งแรงผลักดันทั้ง 5 ประการนั้นประกอบไปด้วย คู่แข่งในอุตสาหกรรมนั้น คู่แข่งรายใหม่ สินค้าทดแทน ผู้ซื้อ และผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต จากแรงผลักดันทั้ง 5 ประการที่จะนำมาใช้ในการศึกษา ภัยคุกคามที่เกิดจากแรงผลักดันทั้ง 5 ประการ ดังแสดงในรูปที่ 2.1



รูปที่ 2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ที่มา : Porter, Michael E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.

1985: 316

แรงผลักดันจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry among existing firms)

ความน่าสนใจในการทำธุรกิจนั้นขึ้นสามารถวัดได้จากแรงผลักดันจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยธุรกิจที่มีความน่าสนใจนั้นจะมีจำนวนคู่แข่งที่น้อยราย อัตราการเติบโตที่สูงเป็นต้น

ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of new entrants)

ความน่าสนใจจะขึ้นอยู่กับความยากง่ายในการเข้าออกจากอุตสาหกรรม ธุรกิจนั้นจะน่าดึงดูดใจมาก ถ้าอุปสรรคที่กีดกันคู่แข่งรายใหม่ไม่ให้เข้ามาอยู่มาก เมื่ออุปสรรคในการเข้าออกจากอุตสาหกรรมมีสูง ศักยภาพในการทำกำไรย่อมมีสูงมากตามไป

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of substitute products)

อุตสาหกรรมนั้นจะไม่น่าดึงดูดใจถ้ามีสินค้าทดแทนที่มีศักยภาพ อันเนื่องมาจากสินค้าทดแทนก่อให้เกิดข้อจำกัดทางด้านราคาและผลกำไร

อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining power of buyers)

อุตสาหกรรมนั้นจะไม่น่าดึงดูดใจถ้าผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองสูง เพราะว่าผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองสูงจะสามารถกดดันราคาและคุณภาพสินค้าได้นั่นเอง

อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Bargaining power of suppliers)

อุตสาหกรรมนั้นไม่เป็นที่น่าดึงดูดใจถ้าผู้จัดส่งวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองสูง คือ สามารถขึ้นราคาสินค้าหรือลดคุณภาพของสินค้าได้อย่างไม่ยากเย็นนัก และปัจจัยการผลิตเป็นสินค้าที่มีสินค้าทดแทน

การวิเคราะห์ความสามารถภายในองค์กร (SWOT Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินงานของธุรกิจ โดยการวิเคราะห์จะใช้ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกมาทำการพิจารณา ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้เข้าใจอิทธิพลต่อการดำเนินงานได้ดียิ่งขึ้น (Philip Kotler and Kevin Lane Keller, 13th: 89-93) โดยหลักการวิเคราะห์ SWOT ประกอบไปด้วย

สภาพแวดล้อมภายใน

จะเป็นวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจ โดยจะพิจารณาเกี่ยวกับความสามารถด้านต่างๆและทรัพยากรต่างๆที่มีอยู่ โดยแบ่งเป็น

1. จุดแข็ง (Strengths)

เป็นความแข็งแกร่งหรือข้อได้เปรียบของธุรกิจที่ทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน อันเกิดจากปัจจัยภายใน เช่น การบริการที่ดี มีตราสินค้า ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน การมีระบบการบริหารที่ดี สภาพการเงินที่เข้มแข็ง ความแตกต่าง เป็นต้น

2. จุดอ่อน (Weaknesses)

เป็นปัญหาหรือสิ่งที่ต้องการการปรับปรุงแก้ไขที่ทำให้เกิดข้อเสียเปรียบทางการแข่งขัน อันเกิดจากปัจจัยภายในธุรกิจ เช่น การขาดความทักษะและเชี่ยวชาญ มีต้นทุนการผลิตสูง ขาดระบบการบริหารที่ดี สินค้าไม่มีความแตกต่าง เป็นต้น
สภาพแวดล้อมภายนอก

3. โอกาส (Opportunities)

เป็นข้อได้เปรียบหรือแรงสนับสนุนให้เกิดความน่าสนใจในธุรกิจ อันเกิดขึ้นมาจากปัจจัยภายนอก เช่น กฎหมายข้อบังคับต่าง ๆ ที่มีความได้เปรียบ การส่งเสริมจากภาครัฐ กระแสความนิยม พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น

4. อุปสรรค (Threats)

เป็นข้อจำกัดหรือแรงต่อต้านให้ความน่าสนใจในธุรกิจลดลง อันเกิดจากปัจจัยภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจถดถอย อัตราแลกเปลี่ยน กัยก่อการร้าย เชื้อโรคต่าง ๆ ความไม่สงบทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่ทำให้มีต้นทุนมากขึ้น เป็นต้น

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนผสมทางการตลาดได้แสดงในรูปส่วนสมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ส่วนผสมทางด้านราคา ส่วนผสมทางด้านระบบการจัดจำหน่าย และส่วนผสมทางการส่งเสริมการตลาด โดยต้องมีการผสมผสานและจัดสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด โดยส่วนสมแต่ละด้านมีรายละเอียดและความสำคัญ ดังนี้ (อูลย์ จาตุรงค์กุล, 2541, หน้า 81-292)

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์เป็นกลุ่มของสิ่งที่มีตัวตนและไม่มีตัวตนที่สามารถตอบสนองความพอใจของผู้บริโภค ซึ่งอาจรวมถึงการบรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ และตราสินค้า ตลอดจนบริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ในการวางแผนส่วนผสมทางการตลาดนั้น เริ่มต้นด้วยการกำหนดผลิตภัณฑ์ โดยใช้หลักเกณฑ์ 3 ประการ ซึ่งผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาสิ่งที่น่าสนใจมาเป็นองค์ประกอบหลักในการพัฒนาและกำหนดผลิตภัณฑ์ หลักเกณฑ์เบื้องต้นที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาสิ่งที่น่าสนใจ คือ

รูปลักษณ์และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ บริการและคุณภาพบริการ และความเหมาะสมของราคา โดยพิจารณาจากเกณฑ์คุณค่าของผลิตภัณฑ์

ราคา (Price)

ราคา หมายถึง จำนวนของเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการ หรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้บริโภคแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ ราคาเป็นสิ่งสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาด การกำหนดราคาที่เหมาะสมจะขึ้นอยู่กับ การกำหนดเป้าหมายของการตั้งราคา ซึ่งต้องมีความสอดคล้องกัน โดยเป้าหมายในการกำหนดราคามีดังต่อไปนี้

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

การจัดจำหน่ายเป็นวิธีการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ประกอบด้วย กิจกรรมซึ่งส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถพบเห็นและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด เมื่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการไม่ว่าเมื่อใดและสถานที่ใด องค์ประกอบของการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ช่องทางจัดจำหน่าย (Distribution channel)

ช่องทางจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบไปด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

2. การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market logistics)

การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม งานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้า

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารทางการตลาดเกี่ยวกับข้อมูลทางการตลาดระหว่าง 2 ฝ่ายคือ ผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อวัตถุประสงค์เตือนความทรงจำ แจ้งข่าวสาร และจงใจให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ อาจใช้บุคคลซึ่งถือว่าเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย และไม่ใช้บุคคล ถือว่าเป็นการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด เรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) ซึ่งมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมการติดต่อสื่อสารใด ๆ ก็ตามที่เกี่ยวข้องกับการเสนอ และการส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า บริการ มีผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งต้องจ่ายค่าใช้จ่ายในการโฆษณา เป็นการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ (Media)

2. การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling) เป็นการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคโดยผ่านทางพนักงาน เพื่อจูงใจให้บุคคลเกิดการตัดสินใจซื้อ โดยเป็นการติดต่อทางตรงแบบเผชิญหน้า เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยบุคคลที่เป็นตัวแทนขององค์กรในการขายผลิตภัณฑ์

3. การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) เป็นกิจกรรมการตลาดซึ่งจัดหาสิ่งจูงใจที่มีค่าพิเศษสำหรับผู้บริโภค ผู้จัดการจำหน่าย และหน่วยงานขาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้าหรือความต้องการในตัวสินค้าเพิ่มขึ้น การส่งเสริมการขายมีกลุ่มเป้าหมายในการทำการส่งเสริมการขายด้วยกัน 3 กลุ่มหลัก ๆ คือ ผู้บริโภค คนกลาง และพนักงานขาย

4. การเสนอข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations) การเสนอข่าวเป็นการใช้ความพยายามร่วมกันในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ โดยสนับสนุนกิจกรรมในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อเป็นการเผยแพร่ข่าวสารที่สำคัญทางการค้าผ่านสื่อมวลชน อันเป็นผลให้ข่าวสารสามารถแพร่กระจายไปยังวงกว้าง ส่วนการประชาสัมพันธ์เป็นการพยายามในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งออกแบบมาเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และผลิตภัณฑ์ขององค์กร

5. การตลาดทางตรง (Direct marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารส่วนตัวระหว่างนักการตลาดและกลุ่มเป้าหมายโดยใช้การส่งจดหมายตรง โทรศัพท์หรือวิธีการอื่น ๆ ผ่านสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างร่วมกัน โดยนักการตลาดสามารถวัดผลการตอบสนองจากผู้บริโภคได้

6. การเป็นผู้สนับสนุน (Sponsorship)

กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่ได้ลงทุนเสียค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นผู้สนับสนุนในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มุ่งเป้าหมายทางธุรกิจของตราสินค้านั้น ๆ การตลาดในรูปแบบที่ผู้อุปถัมภ์สนับสนุนการตลาดมีการลงทุนและคาดหวังผลในเรื่องการจำหน่ายสินค้า

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการได้รับและการใช้สินค้าหรือบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน ระหว่าง และหลัง ที่เป็นตัวกำหนดการแสดงออกต่าง ๆ จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวนี้สามารถแยกพิจารณาการกระทำได้ 3 ประเด็น ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

1. การกระทำ และการแสดงออกของแต่ละบุคคล บุคคลแต่ละคนจะมีการกระทำต่าง ๆ ซึ่งเป็นการแสดงออกในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น การเดินทางไปซื้อสินค้า การรับประทาน อาหาร การทำความสะอาดห้องพัก การอ่านหนังสือ เป็นต้น
2. การได้รับหรือได้มาซึ่งสินค้า หรือบริการ และการใช้สินค้า และบริการทางเศรษฐกิจ ผู้บริโภคทุกคนที่ดำรงชีวิตอยู่ทุกวันนี้ต้องมีการได้รับและใช้สินค้าหรือบริการ การได้รับสินค้า และบริการ ก็หมายถึง การซื้อสินค้านั่นเอง และยังรวมถึงการได้รับสินค้า และบริการ โดยที่ไม่ได้ซื้อเองโดยตรง เช่น นักศึกษาได้รับสิ่งของที่ผู้ปกครองมอบให้
3. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะซื้อสินค้าได้นั้นต้องผ่านขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหา การประเมินผลทางเลือก การเลือก หรือการซื้อสินค้าและผลที่ได้จากการซื้อสินค้า การศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคจึงมุ่งที่จะอธิบายถึงสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งก็สอดคล้องกับการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักศึกษา กล่าวคือ เป็นการศึกษาถึงสาเหตุของการมีพฤติกรรมทางเลือกที่พิศอกาศัยของนักศึกษากว่า เกิดจากสาเหตุใดได้แก่ สาเหตุด้านเหตุผล สาเหตุด้านจิตใจ หรืออารมณ์พฤติกรรมที่แสดงออกเพื่อตอบสนองความต้องการเป็นอย่างไร

รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับปัจจัยและขั้นตอนที่ใช้พิจารณาอย่างเป็นลำดับซึ่งอาจซับซ้อนแตกต่างกันตามเงื่อนไขของแต่ละผู้บริโภค โดยเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึคนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อดังรายละเอียด ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

1. สิ่งเร้า คือ วัตถุหรือเหตุการณ์ ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล ได้แก่
 - 1.1 สิ่งเร้าภายใน คือ สิ่งเร้าทางกายภาพ เช่น ความกลัว ความหิว เป็นต้น สิ่งเร้าภายในจะกระตุ้นให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมต่างๆ ภายใต้สภาวะแวดล้อมหนึ่ง ๆ
 - 1.2 สิ่งเร้าภายนอก คือ สิ่งเร้าที่เกิดจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ตา หู จมูก คอ และสัมผัส และสิ่งเร้าภายนอกนี้ส่วนใหญ่เกิดจากการตลาดของบริษัทในด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด
2. สภาวะจิตใจและความรู้สึคนึกคิดของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อสินค้าได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายใน คือ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยภายนอก คือ ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยสังคมที่สำคัญที่จะกำหนดพฤติกรรมการเรียนรู้ของบุคคล ประกอบด้วย ครอบครัว เพื่อน ชนชั้นทางสังคม วัฒนธรรม

2.1 ปัจจัยเฉพาะบุคคล เป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางสรีระเช่น สูง ต่ำ ดำ ขาว หรือปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษะคิด ความคิดเห็นค่านิยม โลกทัศน์ ประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เคยเรียนรู้มา

2.2 ครอบครัว เป็นสังคมแรกที่มีอิทธิพลต่อบุคคล ผู้ที่มีความสำคัญมากในครอบครัว คือ พ่อแม่ผู้เลี้ยงดูอบรมสั่งสอน จึงมีอิทธิพลต่อกำหนดค่านิยมพื้นฐาน ทักษะคิด และนิสัยทัศน์

2.3 เพื่อน เมื่อโตขึ้นเด็กต้องเข้าโรงเรียน ดังนั้นเพื่อนทั้งในโรงเรียน เพื่อนบ้าน และเพื่อนในมหาวิทยาลัย จึงมักมีอิทธิพลต่อการกำหนดค่านิยมในการแสดงออกทัศนคติ และพฤติกรรมที่ยอมรับได้ของบุคคลในกลุ่มเพื่อนฝูง

2.4 ชนชั้นทางสังคม ชนชั้นสังคมระดับสูง ระดับกลาง และระดับต่ำ ทั้งที่เป็นชนชั้นสังคมในระดับเดียวกัน หรือต่างระดับ ถือว่ามีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการกำหนดรูปแบบในการดำเนินชีวิตของบุคคล และการกำหนดบรรทัดฐานของพฤติกรรมเดียวกัน

สรุปแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำซึ่งตอบสนองสิ่งเร้า และจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอก ซึ่งมีผลที่จะกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น ความต้องการทางกายภาพ ปัจจัยทางสรีระ และสังคมที่อยู่รอบตัว ล้วนมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงเป็นเงื่อนไขในการแสดงออกของพฤติกรรมต่าง ๆ ด้วย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปกากร สุวรรณธาดา (2538 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ได้กล่าวว่า การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคด้านต่าง ๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมเมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องคำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขาย คือ สืบค้นหาลักษณะของผู้ซื้อ และสืบหาความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลจากบางสิ่งได้ การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นผู้ซื้อสินค้าจะมีความหมายสำหรับผู้ขาย คือ ทำให้ทราบถึงความต้องการและลักษณะของลูกค้านั้นเพื่อที่จะจัดการตลาดต่าง ๆ ให้เหมาะสม และกระตุ้นรวมถึงสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง ตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์ทางสังคม และเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ทำให้เป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง โดยสามารถกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของบุคคล

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม เช่น ลักษณะนิสัยของคนภาคกลางซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมภาคกลาง ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย เป็นวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ประกอบไปด้วย กลุ่มศาสนา กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มผิวสี พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ หรือท้องถิ่นกลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อย เช่น เพศ และชั้นทางสังคม

2. ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิงเป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยซึ่งจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง โดยแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

2.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน และเพื่อนสนิท

2.1.2 กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ และร่วมสถาบันบุคคลในกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม

2.2 ครอบครัว บุคคลในครอบครัวถือว่า มีอิทธิพลมากที่สุด ทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อของครอบครัว

2.3 บทบาทและสถานะบุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิงองค์กร และสถาบันต่าง ๆ

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคน ทางด้านต่าง ๆ ได้แก่

3.1 อายุ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว

3.3 อาชีพ

3.4 รายได้

3.5 รูปแบบการดำรงชีวิต

4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา การเลือกซื้อสินค้าได้อิทธิพลมาจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคเอง ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า ประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ คือ สิ่งกระตุ้นที่อยู่ในตัวบุคคล สิ่งกระตุ้นนี้ทำให้ผู้บริโภคเกิดการจูงใจจากภายในตัวบุคคลเอง

4.2 การรับรู้ เป็นกระบวนการซึ่งคนแต่ละคนได้รับการเลือกสรรจัดระเบียบและตีความข้อมูล เพื่อที่จะสร้างความหมาย หรือกระบวนการทำความเข้าใจของแต่ละบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ การรับรู้เป็นกระบวนการแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ อารมณ์ และสิ่งกระตุ้น โดยจะพิจารณาเป็นกระบวนการ การกลั่นกรองการรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้ยิน การได้เห็น การได้กลิ่น การได้รสชาติ และการได้ความรู้สึก

4.3 การเรียนรู้ การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น และเกิดการตอบสนองการเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทักษะคิด ความเชื่อ และประสบการณ์ในอดีต การเรียนรู้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา

4.4 ความน่าเชื่อถือ เป็นความคิดที่บุคคลยึดติด ยึดถือ เกี่ยวกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งเป็นมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทักษะคิด หมายถึง การประเมินความพึงพอใจ หรือไม่พอใจของบุคคลหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4.6 บุคลิกภาพหมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิมและสอดคล้องกัน

4.7 แนวคิดของตนเอง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดบุคคลคิดว่าบุคคลอื่นหรือสังคมมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

กล่าวโดยสรุปปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค คือ ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม และปัจจัยทางด้านสังคมรวมถึงปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งปัจจัยทั้ง 4 ล้วนส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในการบริโภคและบริการที่แตกต่างกัน

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากการเกิดสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ขายสินค้าไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ และปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ซื้อทำให้เกิดการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

1. สิ่งกระตุ้น สิ่งกระตุ้นอาจจะเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย หรืออาจจะเป็นสิ่งกระตุ้นภายนอก นักการตลาดจะต้องให้ความสนใจ และจัดหาสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุผลจูงใจให้ซื้อ ด้านจิตวิทยาก็ได้สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 หน้า 84)

สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของลูกค้า
2. สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย
3. สิ่งกระตุ้นด้านการจัดจำหน่าย เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้ออย่างหนึ่ง
4. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1. สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล
 2. สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝากถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น
 3. สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่ม หรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ
 4. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆจะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น
2. กล้องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความต้องการซื้อสินค้าของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล้องดำ ซึ่งนักการตลาดไม่สามารถรู้ได้ จึงต้องมีการค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ คือ มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งในด้านปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 การบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์

3.2 การเลือกตราสินค้า

3.3 การเลือกผู้ขาย

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ลักษณะของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 หน้า 85)

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากคนรุ่นหนึ่งจนถึงอีกรุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทยทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย หมายถึงวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะ และแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ภายใต้สังคมขนาดใหญ่ วัฒนธรรมย่อยเกิดจากความแตกต่างกันพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ลักษณะวัฒนธรรมย่อย ประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มศาสนาต่าง ๆ กลุ่มสีผิวต่าง ๆ พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ หรือท้องถิ่น กลุ่มอาชีพ อายุ และเพศ

1.3 ชั้นของสังคม เป็นการแบ่งกลุ่มของสังคมออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ โดยใช้เกณฑ์รายได้ ทรัพย์สิน หรืออาชีพ ลักษณะที่สำคัญของชั้นสังคมมีดังนี้

1.3.1 บุคคลภายในชั้นสังคมเดียวกันมีแนวโน้มจะมีค่าพฤติกรรมและบริโภคคล้ายคลึงกัน

1.3.2 บุคคลจะถูกจัดลำดับสูงหรือต่ำตามตำแหน่งที่ยอมรับในสังคมนั้น

1.3.3 ชั้นของสังคมแบ่งตาม อาชีพ รายได้ ฐานะ ตระกูล ตำแหน่งหน้าที่ หรือ บุคลิกลักษณะ ชั้นสังคมเป็นลำดับขั้นตอนที่ต่อเนื่องกัน และบุคคลสามารถเปลี่ยนชั้นของสังคมให้ สูงขึ้นหรือต่ำลงได้ ลักษณะชั้นของสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 ระดับ คือ ระดับสูง ระดับกลาง และระดับต่ำ

1.4 กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ และร่วมสถาบันบุคคลต่าง ๆ ในสังคมนักการตลาดใช้กลุ่มอ้างอิงในการกำหนดผู้แสดง ทั้งเป็นผู้ทดสอบสินค้าโดยบุคคลที่ใช้สินค้ารับรอง และการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองสินค้า

1.5 ครอบครัว บุคคลในครอบครัวถือว่า มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว

1.6 บทบาทและสถานะ แต่ละคนจะมีบทบาทที่ไม่เหมือนกันเมื่ออยู่ในสถานะต่างกัน

2. ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันของบุคคล และมีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการซื้อ กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในทางกลุ่มทางค่านิยม การเลือกพฤติกรรม และการดำรงชีวิต รวมทั้งทัศนคติ และแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับ ของสังคมที่อาศัยอยู่

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ แบบการดำรงชีวิต ขั้นตอนวัฏจักร การศึกษา ชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทาง เศรษฐกิจ บุคลิกภาพและแนวความคิดส่วนบุคคล

3.1 อายุ ความต้องการสินค้าจะแตกต่างกันตามอายุของผู้บริโภค ทำให้เกิดการ แบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุ เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่

3.2 ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว เป็นขั้นตอนวัฏจักรชีวิต การดำรงชีวิตของคนใน การมีครอบครัว โดยในแต่ละขั้นความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยม ของบุคคลทำให้เกิดความ ต้องการสินค้าและพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ อาชีพทำให้เกิดความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและ บริการที่เขาตัดสินใจซื้อ

3.5 การศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มจะซื้อสินค้าที่คุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มี การศึกษาต่ำกว่า

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า และรูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของ หรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึง อัตราส่วนของ ผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต หมายถึงรูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 หน้า 80-94)

ระบบภาษีตลาดนัด

ระบบภาษีตลาดนัดจะขึ้นอยู่กับการจดทะเบียนว่า เป็นรูปแบบบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล ก็จะมีการเสียภาษีที่แตกต่างกัน ดังนี้

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไป หรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษ ตามที่กฎหมายกำหนด และมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใด ๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการตนเองตามแบบแสดงรายการ ภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงมีนาคมของปีถัดไป สำหรับผู้มีเงินได้บางกรณีกฎหมายยัง กำหนดให้ยื่นแบบฯ เสียภาษีตอนครึ่งปี สำหรับรายได้ ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก เพื่อเป็นการ บรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระ และเงินได้บางกรณี กฎหมายกำหนดให้ผู้จ่ายทำหน้าที่หักภาษี ณ ที่ จ่ายจากเงินได้ที่จ่ายบางส่วน เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้นอีกด้วย (กรมสรรพ กร, พ.ศ.2558, <http://www.rd.go.th/publish/>)

ภาษีเงินได้นิติบุคคล

ภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นภาษีอากรประเภทหนึ่งที่บัญญัติไว้ในประมวลรัษฎากร จัดเก็บ จากเงินได้ของบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลมีหลักการจัดเก็บที่สำคัญ ๆ โดยผู้มีหน้าที่เสียภาษี เงินได้นิติบุคคล ได้แก่ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ที่จดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ และหมายความรวมถึงนิติบุคคลอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ (กรมสรรพกร, พ.ศ.2558, <http://www.rd.go.th/publish/>)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการแข่งขัน (Key success factors) เป็นปัจจัยหลักที่ใช้กำหนด ความสำเร็จทั้งทางด้านการเงิน และการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรม KSF จะระบุถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ องค์กรธุรกิจต่าง ๆ ควรจะต้องมี เพื่อที่จะประสบความสำเร็จในการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรม เมื่อองค์กรธุรกิจทราบถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จในการแข่งขันของแต่ละอุตสาหกรรมแล้วก็ต้อง

พยายามเสริมสร้างความสามารถภายในขององค์กรเองให้เหมาะสม และสอดคล้องกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ถ้ามีความเหมาะสมระหว่างจุดแข็งหรือความสามารถภายในองค์กรกับปัจจัยเหล่านั้นแล้ว ก็มีโอกาสอย่างมากที่องค์กรจะประสบความสำเร็จในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นๆ ตัวอย่างเช่น ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (KSF) ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ได้แก่ การใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุดจากอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อให้ต้นทุนในการผลิตต่ำ การมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดจำหน่าย รวมทั้งการโฆษณา ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ สำหรับในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ได้แก่ การออกแบบที่ดึงดูดใจ และต้นทุนในการผลิตที่เหมาะสม (พสุ เดชะรินทร์ และพัคตร์ผจง วัฒนสินธุ์, 2545)

หรืออีกนัยหนึ่ง ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key success factor) คือ ปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่ต้องทำให้มีหรือให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ หรือก็คือ เป็นการให้หลักการ แนวทาง หรือวิธีการที่องค์กรจะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ได้ แต่ละองค์กรจะมีปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นหลักหมายที่เป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงการ ปฏิบัติงานทุกระดับให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เจ้าหน้าที่และผู้บริหารขององค์กร รู้ว่าต้องทำอะไรบ้างเพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ขององค์กรตอบสนองวิสัยทัศน์ หากปราศจากปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ว วิสัยทัศน์ขององค์กรจะไม่ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล ปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นเสมือนเครื่องมือหรือวิธีการฝึก การแยกแยะ และวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่จะเร่งดำเนินการให้ดีที่สุด เพื่อการบรรลุเป้าหมายการประกอบการ ที่เหนือกว่าในกลุ่มอุตสาหกรรมนั้นๆ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2558)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสามารถของผู้บริหารในแต่ละองค์กรที่จะระบุหรือบ่งชี้ปัจจัยแห่งความสำเร็จในอุตสาหกรรมที่ตนเองแข่งขันอยู่ เป็นสิ่งซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดทำกลยุทธ์ ผู้บริหารในแต่ละองค์กรจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมของตนเองอย่างดีพอที่จะสามารถบ่งบอกได้ว่าอะไรที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในแต่ละอุตสาหกรรม เนื่องจากปัจจัยแห่งความสำเร็จสามารถที่จะเป็นพื้นฐานและแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรธุรกิจ องค์กรบางแห่งประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่ง โดยการให้ความสำคัญต่อการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จให้ดีกว่าคู่แข่ง (พสุ เดชะรินทร์ และพัคตร์ผจง วัฒนสินธุ์, 2545)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทัศนาศรีมา (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อในตลาดนัด: กรณีศึกษาตลาดนัดในกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดนนทบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อสินค้าประเภทอาหารมากที่สุด โดยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ ตนเอง รูปแบบการเลือกซื้อ คือ ใช้เวลาตัดสินใจภายใน 1 วัน โดยใช้เงินในการซื้อต่อครั้ง 500 บาท ถึง 1,500 บาทต่อครั้ง เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีระดับค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้กลุ่มตัวอย่างทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดนัดในกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดนนทบุรี มีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องการให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น ด้านราคาต้องการให้มีการต่อรองเรื่องราคาได้มากขึ้น ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต้องการให้เพิ่ม ด้านความสะอาดของสถานที่และการจัดส่งสินค้าออกสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดต้องการให้ผู้ขายมีทัศนคติที่ดี

ปราณี ต้นประยูร (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการตลาดนัดมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้จำหน่ายสินค้ามีความเห็นต่อการบริหารจัดการตลาดนัดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผู้จำหน่ายสินค้ามีความคิดเห็นด้านการวางแผนอยู่ในระดับมาก ส่วนความคิดเห็นของผู้จำหน่ายสินค้าที่มีต่อการบริหารจัดการตลาดนัดที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการควบคุมด้านการจัดองค์การ และด้านการจูงใจ ตามลำดับ ความคิดเห็นของผู้ซื้อที่มีต่อการจัดการตลาดนัดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเหมาะสมของการจัดสถานที่จำหน่ายสินค้า ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ ผู้จำหน่ายสินค้ามีความคิดเห็น และข้อเสนอแนะสูงสุด 3 อันดับแรก ในเรื่อง 1) ความสะดวก ความเสมอภาค และความเป็นธรรมด้านการเก็บค่าเช่าสถานที่ 2) การปรับพื้นที่ ทางเดิน และการทำหลังคา 3) การกำจัดขยะที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ และกำหนดเวลาเปิดปิด รวมถึงการบอกวันหยุดล่วงหน้า ผู้ซื้อสินค้ามีความคิดเห็น และข้อเสนอแนะสูงสุด 3 อันดับแรก ในเรื่อง 1) ที่จอดรถยังไม่เพียงพอ และระบบจราจรขาดความคล่องตัว 2) ห้องน้ำไม่สะอาด 3) ไม่เพียงพอรวมถึงขาดการบำรุงรักษาวัสดุอุปกรณ์ภายในห้องน้ำ

สุวิมล ปิยะสุจริตพร (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดนัดชนบุรี (สนามหลวง 2) ของผู้บริโภคฝั่งธนบุรี พบว่า ผู้บริโภคในเขตฝั่งธนบุรีส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อสินค้าภายในตลาดนัดธนบุรีเป็นประจำทุกเดือน ๆ ละ 1 ครั้ง เป็นอย่างน้อย โดยผู้บริโภคนิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล และเลือกซื้อสินค้าประเภทสัตว์เลี้ยงและอุปกรณ์ต้นไม้และอุปกรณ์

มากที่สุด ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้ค้าภายในตลาดมีจำนวนร้านค้ามากที่สุด และเปิดให้บริการทุกวัน ต่างกับสินค้าประเภทอื่นที่จะให้เปิดบริการในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์เป็นหลัก และผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้งเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง โดยใช้เงินซื้อสินค้าไม่ต่ำกว่า 200 บาท และส่วนใหญ่มักจะมาซื้อสินค้ากับเพื่อนหรือครอบครัว ส่วนความคิดเห็นในของปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้า พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นว่า เห็นด้วยกับปัญหาด้านต่าง ๆ ของตลาดนัดธนบุรี (สนามหลวง 2) คือ ด้านสินค้าและบริการที่ยังคงขาดคุณภาพ การให้บริการราคาที่แพงเกินจริง และสินค้าไม่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา ด้านสภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้งส่วนใหญ่เห็นว่า สถานที่จำหน่ายสินค้าบริเวณทางเดินแคบไป มีการวางสิ่งของกีดขวางทางเดินและที่ตั้งของตลาดค่อนข้างไกล และปัญหาน้ำท่วมขังภายในตลาด โดยเฉพาะเวลาฝนตกที่ไม่สามารถระบายได้ทัน รวมทั้งการจัดผังร้านค้าไม่มีระเบียบ ไม่มีป้ายร้านที่ชัดเจนทำให้หาร้านได้ลำบาก และในส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกปัญหาเรื่องห้องน้ำสกปรก และมีกลิ่นเหม็น ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ รถโดยสารสาธารณะมีน้อย มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการไม่เพียงพอ และที่นั่งรับประทานอาหารบริเวณศูนย์อาหารมีไม่เพียงพอ ซึ่งเป็นปัญหาที่พบมากเวลาไปใช้บริการภายในตลาดปัญหาเหล่านี้เป็นปัญหาที่ควรได้รับการปรับปรุงเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับบริการที่ดี และปัญหาพื้นฐานในด้านสภาพแวดล้อมของตลาดที่ควรแก้ไขให้ดีขึ้น โดยกรุงเทพมหานครในฐานะผู้บริหารพื้นที่ของตลาดควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อปรับปรุงพื้นที่ให้มีความสะดวกสบายในการเดินเลือกซื้อสินค้า พื้นที่จอดรถควรมีการจัดสรรพื้นที่จอดรถให้มีประสิทธิภาพ และมีระเบียบยิ่งขึ้นเพื่อป้องกันการเถียงชน การกีดขวางการจราจร และเพื่อที่จะจัดการให้ที่จอดรถมีเพียงพอต่อผู้บริโภคที่มาใช้บริการ ในส่วนห้องน้ำควรปรับปรุงให้สวยงามและสะอาดถูกสุขลักษณะ เนื่องจากการใช้บริการห้องน้ำมีการเก็บค่าบริการจากผู้ใช้บริการแต่กลับไม่มีการปรับปรุงห้องน้ำให้มีความสะอาดและถูกสุขลักษณะเพียงพอ ทำให้ส่งกลิ่นรบกวนผู้บริโภคที่เดินเลือกซื้อสินค้า และควรมีการตรวจตราการจำหน่ายสินค้าภายในตลาดให้มีความเป็นธรรมในด้านราคาคุณภาพสินค้าและการให้บริการแก่ผู้บริโภคด้วย

เรณู แสงอาวุธ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการตลาดนัดของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ตลาดนัดที่ใช้บริการเป็นตลาดนัดตำบลคลองน้อย เหตุผลที่ใช้บริการ คือ มีให้เลือกหลากหลาย ความถี่ในการใช้บริการ สัปดาห์ละครั้ง วันที่ใช้บริการเป็นวันเสาร์ เวลาที่ใช้บริการ 15.01-19.30 นาฬิกา ช่วงเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 30 นาที ประเภทสินค้าที่ซื้อ คือ อาหาร ขนม ของขบเคี้ยว เดินทางโดยรถจักรยานยนต์ ผู้มีส่วนร่วมในการซื้อ คือ เพื่อน และรู้จักตลาดนัดด้วยตนเอง ปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการใช้บริการตลาดนัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับการใช้บริการมาก เรียง

ตามลำดับ คือ ด้านราคา รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพเศรษฐกิจ ด้านลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการตลาดนัดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สภาพภาพสมรส อาชีพ จำนวนสมาชิก ในครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตลาดนัดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยแวดล้อมกับพฤติกรรมการใช้บริการตลาดนัดของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยแวดล้อมทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการตลาดนัดของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วารยา จันท์หอม (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่มีต่อตลาดนัดในจังหวัดพิจิตร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26–33 ปี มีสถานภาพสมรส อยู่ด้วยกัน การศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001–10,000 บาท และมีสมาชิกในครอบครัว จำนวน 4–6 คน พฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคมาซื้อสินค้าในตลาดนัด 1-2 ครั้ง/ สัปดาห์ โดยเลือกซื้อสินค้าในช่วงเวลา 15.01-18.00 น. มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน 101-300 บาท สินค้าประเภทอาหาร เช่น อาหารปรุงสำเร็จรูป อาหารสด อาหารแห้ง เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อมากที่สุด และผู้บริโภคคิดว่าสินค้าที่ตลาดนัดมีคุณภาพปานกลาง ผู้บริโภคเดินทางมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดโดยรถจักรยานยนต์ ใช้เวลาประมาณ 15-30 นาที ในการเดินทางเหตุผลที่ผู้บริโภคมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัด เนื่องจากใกล้บ้านเดินทางสะดวก ส่วนใหญ่ผู้บริโภคเคยซื้อสินค้าในบริเวณตลาดนัดเป็นเวลานาน 5 ปีขึ้นไป นอกจากการซื้อสินค้าที่ตลาดนัดแล้วผู้บริโภคซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้า การมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตนเอง และมักจะไปซื้อสินค้าเองคนเดียว ส่วนใหญ่ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าจากพ่อค้าแม่ค้าประจำ และผู้บริโภคมักจะทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดนัดจากคำแนะนำจากเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ ทักษะคิดส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อทักษะคิดส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

วิไล เพิ่มศรีเดช (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตลาดนัดข้างธนาคารกรุงเทพ สาขาถนนสุนทรโกษา เขตคลองเตยกรุงเทพมหานคร พบว่า ทักษะคิดทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านลักษณะเจ้าของร้านค้าอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากสินค้าที่ตลาดนัดมีความทันสมัยและความหลากหลาย ผู้บริโภคสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ ทำให้เกิดความคุ้มค่า

เมื่อเทียบกับราคาสินค้า และส่วนใหญ่ผู้บริโภครจะทำงานใกล้กับตลาดนัดจึงสะดวกสบายต่อการเดินทางไปซื้อสินค้า รวมทั้งเจ้าของร้านค้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีจึงทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อ

พุทธชาติ อินทร์บำรุง (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายในตลาดนัดธนบุรี พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าภายในตลาดนัดธนบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรมาก โดยเฉพาะเรื่องความรู้ในสินค้าของผู้ขาย รวมทั้งสามารถแนะนำสินค้าได้ เช่น ต้นไม้ หรือสัตว์เลี้ยง และความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาสุภาพมีมารยาทในการต้อนรับ

อนุศักดิ์ อุดแจ่ม (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ทศนคติของประชาชนที่มีต่อตลาดนัดในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบและความพึงพอใจในปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรค้าปลีกมากที่สุด ในเรื่องตลาดนัดเป็นการรวบรวมสินค้าหลากหลายมาบริการใกล้บ้าน รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคามีความพึงพอใจในเรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจในเรื่องความหลากหลายของสินค้า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในเรื่องตลาดนัดเป็นการรวบรวมสินค้าหลากหลายบริการใกล้บ้าน และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจในเรื่องเวลาเปิดขายของในตลาดนัด ตามลำดับ

ลาวัลย์ เวชอภิกุล (2551) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมิโซคจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประเภทเครื่องแต่งกายของผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมิโซคมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ คือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ และจากการพิจารณาปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็น 3 อันดับแรก คือ สินค้ามีราคาถูกร ราคเหมาะสมกับสินค้าสามารถต่อรองราคาได้ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีสินค้าลดราคา มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล มีการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การเดินทางสะดวกมีที่จอดรถบริการอย่างเพียงพอ มีความสะดวกในการหาสินค้าที่ต้องการ และในด้านผลิตภัณฑ์ คือ การมีสินค้าที่หลากหลายทั้งสีขนาดและแบบให้เลือก

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้การวิเคราะห์เชิงอรรถธิบายพรรณนาความจากเอกสารและข้อมูลจากการวิจัยภาคสนามเชิงลึก โดยนำกระบวนการวางแผนกำหนดวัตถุประสงค์ รวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล ตีความข้อมูล พัฒนาปรับปรุงแผนงาน โดยทำการศึกษาในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ เจ้าของตลาดนัด จำนวน 4 คน ผู้บริหารงานตลาดนัด จำนวน 4 คน แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด จำนวน 11 คน และผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ จำนวน 15 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลจนอิ่มตัว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเรื่องปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จในการตั้งตลาดนัดจำนวน 1 ชุด โดยผู้วิจัยเตรียมความรู้ในเรื่องระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จรรยาบรรณของนักวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากตำรา และการขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาด้านการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้เข้าใจในระเบียบวิธีการวิจัยอันจะนำไปสู่การศึกษาที่ถูกต้อง และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการจะศึกษาให้มากที่สุด

2. แบบสัมภาษณ์สำหรับเจ้าของตลาดนัด ผู้บริหารงานตลาดนัด แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัดและผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ เนื่องจากเจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัดเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ตลาดนัดประสบความสำเร็จ จึงต้องมีการสัมภาษณ์เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการตั้งตลาดนัด อย่างไรก็ตาม แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัดและผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ ก็เป็นแหล่งข้อมูลอย่างดีที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถรับรู้ถึงความต้องการได้โดยแบบสัมภาษณ์นี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริหารงานตลาดนัดให้ประสบความสำเร็จ
 ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการตั้งตลาดนัด
 ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดในการ
 จัดตั้งตลาดนัด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนของลักษณะข้อมูลสามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะดังนี้

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย บทความ
 สื่อสารสนเทศตลอดจนเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยทำการศึกษาเอกสาร (Documentary research)

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) หลังจากที่ได้ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิแล้ว ผู้วิจัยจึงเก็บ
 รวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) แบบตัวต่อตัวเพื่อเปิดเผย
 สิ่งจูงใจความเชื่อทัศนคติของผู้ตอบ โดยเตรียมคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview)
 ลักษณะการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยการกำหนดคำถามออกเป็นประเด็นให้ครอบคลุมและ
 สอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย ก่อนเริ่มการทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แสดงถึงวัตถุประสงค์ของการ
 สัมภาษณ์โดยขออนุญาตในการจดบันทึกและบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้มี
 ปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้ากับผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และ
 มีการทดสอบคำถามและคำตอบเพื่อเป็นแนวทางในการถามคำถามต่อไปโดยจะใช้เวลาในการ
 สัมภาษณ์ประมาณ 30-60 นาที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้สัมภาษณ์ การสัมภาษณ์แต่ละ
 รายจะทำการสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่พบข้อสงสัยหรือไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้นที่เรียกว่าข้อมูลอิ่มตัว
 (Data saturation) จึงหยุดการสัมภาษณ์ ซึ่งองอาจ นัยวัฒน์ (2548, หน้า 233) อธิบายว่าการอิ่มตัว
 ของข้อมูลอาจเกิดจากข้อมูลที่รวบรวมมาได้มีลักษณะแบบแผนเป็นอย่างเดียวกัน (Emergence of
 regularities) หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ส่วนใหญ่มีลักษณะทับซ้อนสาระใน
 ประเด็นเดียวกัน ในขณะที่สัมภาษณ์ผู้วิจัยจะใช้การจดบันทึกสรุปสั้น ๆ เฉพาะประเด็นที่สำคัญและ
 เมื่อจบการสัมภาษณ์จะทำการบันทึกข้อมูลอื่น ๆ ทันทที เช่น ลักษณะท่าทาง ลักษณะน้ำเสียงตาม
 ความเป็นจริงโดยไม่มีการตีความ นอกจากนี้ยังได้บันทึกเกี่ยวกับความคิดความรู้สึกหรือปัญหาที่
 เกิดขึ้นกับผู้ทำการวิจัยขณะที่รวบรวมข้อมูล ซึ่งการเขียนบันทึกสรุปสั้น ๆ ดังกล่าวมีประโยชน์
 สำหรับผู้วิจัยในการมองเห็นความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มหัวข้อสรุป (องอาจ นัยวัฒน์, 2548, หน้า
 232; อรุณี อ่อนสวัสดิ์, 2551, หน้า 282)

ข้อมูลจะถูกนำมาทำการบันทึกและถอดเทปรายวันเพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ชัดเจน
 หรือไม่ครบถ้วนเพื่อนำไปศึกษาเพิ่มเติมในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป และข้อมูลที่ได้มาผู้ทำการวิจัย

จะนำมาถอดเทปคำต่อคำ ประโยคต่อประโยค แล้วตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งด้วยการฟังเทปบันทึกเสียงซ้ำ

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยวิธีการการสัมภาษณ์ โดยเริ่มสัมภาษณ์ผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ จำนวน 15 คน ก่อน แล้วจึงสัมภาษณ์แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด จำนวน 11 คน จากนั้น สัมภาษณ์ผู้บริหารงานตลาดนัด จำนวน 4 คน สุดท้ายสัมภาษณ์ เจ้าของตลาดนัด จำนวน 4 คน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1 ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ โดยสัมภาษณ์ผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำในตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 15 คน ดังรายชื่อที่ปรากฏนี้

1.1 ชื่อ นางสาวเบญจมาศ ชารานุรักษ์ ที่อยู่ 38/ 3 ถนนอัมพวา ตำบลวัดใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 081-345-7877

1.2 ชื่อ นางสาวสุดารัตน์ รัชญะ ที่อยู่ 43/ 1 หมู่ 8 ตำบลบ่อ อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 080-836-3363

1.3 ชื่อ นายเอกวัฒน์ ชนประสิทธิ์ ที่อยู่ 3/ 1 ถนนเทศบาลสาย 4 ตำบลขลุง อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 089-160-7749

1.4 ชื่อ นางสาววันวิสาห์ เจนวิษา ที่อยู่ 32/ 1 หมู่ 9 ตำบลหนองตานก อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 082-215-4264

1.5 ชื่อ นางสาวกนกวรรณ จันทมาลี ที่อยู่ 44/ 4 หมู่ 6 ตำบลตะกาดแก้ว อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 089-094-7797

1.6 ชื่อ นางสาวเสานีย์ ก๊กก้อง ที่อยู่ 9/ 19 ถนนเทศบาลสาย 9 ตำบลท่าใหม่ อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 084-450-5136

1.7 ชื่อ นางสาวจินดา ขาวจ้อย ที่อยู่ 26/ 2 หมู่ 7 ตำบลจันทนิมิต อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 081-862-3693

1.8 ชื่อ นางสาวศิริภรณ์ ชนะสิทธิ์ ที่อยู่ 18/ 4 หมู่ 8 ตำบลสองพี่น้อง อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 086-111-2788

1.9 ชื่อ นางสาวจิตภา เอี่ยมพุก ที่อยู่ 30/ 5 หมู่ 7 ตำบลจันทนิมิต อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 092-905-5582

1.10 ชื่อ นางสาวกัญกร อาชีพโกศลกุล ที่อยู่ 1/ 1 ถนนเทศบาลพัฒนา ตำบลวัดใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 081-8637063

1.11 ชื่อ นางสาวแสงดาว รัตนไชยศรี ที่อยู่ 17/ 2 หมู่ 11 ตำบลคลองนารายณ์ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 084-864-7212

- 1.12 คุณนางสาวสำราญ สุพรม ที่อยู่ 34 ซอยพระยาตรัง 2 ตำบลวัดใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 080-560-8134
- 1.13 คุณนางสาวเพ็ญศรี จำสุข ที่อยู่ 45/ 3 หมู่ 11 ตำบลเกาะขวาง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 085-111-5823
- 1.14 คุณนางสาวทันทิมา สุหฤทธดำรง ที่อยู่ 38/ 3 ถนนอัมพวา ตำบลวัดใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 085-920-3900
- 1.15 คุณนางชุตติมา แสงชล ที่อยู่ 11/ 5 หมู่ 9 ตำบลเกาะขวาง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 092-456-5523
- 2 แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัดโดยสัมภาษณ์แม่ค้าที่ขายของอยู่ในตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 11 คน ดังรายชื่อที่ปรากฏนี้
- 2.1 คุณนางมาลี ร่วมมงคล ที่อยู่ 10/33 ถนนเทศบาล ตำบลวัดใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 081-577-4079
- 2.2 คุณนางทองสุข จันทสิริ ที่อยู่ 25/1 ถนนเทศบาล 2 ตำบลวัดใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 039-346-252
- 2.3 คุณนางสาวจารุวรรณ ภูมิ ที่อยู่ 21หมู่ 14 ตำบลสองพี่น้อง อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 085-443-3558
- 2.4 คุณนายทองศักดิ์ เล็บสิงห์ ที่อยู่ 26/ 54 หมู่ 1 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 087-128-2597
- 2.5 คุณนางวาสนา เจริญศักดิ์พานิช ที่อยู่ 6/ 6 ถนนศรีจันทร์ ตำบลวัดใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 086-111-5877
- 2.6 คุณนางนิตยา จันทสิริ ที่อยู่ 123 หมู่ 5 ตำบลเกาะโดน อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 082-205-6448
- 2.7 คุณนางวิไลย์ ชอบชล ที่อยู่ 3/ 2 หมู่ 9 ตำบลเกาะขวาง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 081-864-7811
- 2.8 คุณนายสุวิรัชย์ ชอบชล ที่อยู่ 27/ 25 หมู่ 7 ตำบลเกาะขวาง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 085-478-3256
- 2.9 คุณนายนิค สุดสัมฤทธิ์ ที่อยู่ 19/ 20 ตำบลจันทนิมิต อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 092-921-2471
- 2.10 คุณนางเปรมพรรณ สุขสวัสดิ์ ที่อยู่ 43 ซอยบุญญาวาสวิหาร ตำบลท่าใหม่ อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 084-349-9599

2.11 ชื่อนางเกสร ลักษณะแสงวิไล ยที่อยู่ 10/ 33 ถนนเทศบาล ตำบลวัดใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 081-952-3363

3 ผู้บริหารงานตลาดนัด จำนวน 4 คน ดังรายชื่อที่ปรากฏนี้

3.1 ผู้บริหารงานตลาดนัดป่าหลวย ชื่อ นายพีระ เพศประเสริฐ ที่อยู่ 21/ 25 หมู่ 9 ตำบลเกาะขวาง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 081-865-2091

3.2 ผู้บริหารงานตลาดนัดหนองสีงา ชื่อ นางสาวมีนา แสงกาล ที่อยู่ 20/ 3 หมู่ 3 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 089-465-7895

3.3 ผู้บริหารงานตลาดนัดศิลาพร ชื่อ นายประยุทธ วรรณรัตน์ ที่อยู่ 59/ 12 ถนนสุขาภิบาล ตำบลวัดใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 089-693-1478

3.4 ผู้บริหารงานตลาดนัดสามแยกมหาวิทยาลัยบูรพา ชื่อ นางมณีนันท์ สิชจันทรสวัสดิ์ ที่อยู่ 56/ 1 ตำบลโขมง อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 089-542-8042

4 เจ้าของตลาดนัด จำนวน 4 คน ดังรายชื่อที่ปรากฏนี้

4.1 เจ้าของตลาดนัดป่าหลวย ชื่อ นางฉลวย เพศประเสริฐ ที่อยู่ 21/ 25 หมู่ 9 ตำบลเกาะขวาง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 089-112-5886

4.2 เจ้าของตลาดนัดหนองสีงา ชื่อ นายเชาว์วัศ มุ่งชูเกียรติสกุล ที่อยู่ 295 ถนนท่าแฉลบ ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 081-861-1975

4.3 เจ้าของตลาดนัดรถไฟ ชื่อ นายสแควร์ ชิเคนทรีย์ ที่อยู่ 62 ถนนขวาง ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 098-885-8624

4.4 เจ้าของตลาดนัด สามแยกมหาวิทยาลัยบูรพา ชื่อ นายสุทัศน์ สิชจันทรสวัสดิ์ ที่อยู่ 56/ 1 ตำบลโขมง อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี เบอร์โทรศัพท์ 089-542-8042

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้วได้นำมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ดังนี้

1. ผู้สัมภาษณ์สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในตัวผู้ทำการวิจัยซึ่งจะมีผลต่อความถูกต้องและเป็นจริงของข้อมูล

2. การยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Member checking) โดยการนำข้อมูลที่ได้อาจการสัมภาษณ์ที่ได้จัดบันทึกอย่างละเอียด และอธิบายอย่างชัดเจนนำกลับไปให้ผู้ให้สัมภาษณ์ยืนยันความถูกต้องของข้อมูลว่าข้อมูลเป็นจริงตรงกับความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์หรือไม่

3. ตรวจสอบความไว้วางใจได้ของข้อมูล (Dependability) โดยการนำข้อมูลไปตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์เพื่อยืนยันความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

4. ความสามารถในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ (Transferability) โดยการเขียนระเบียบวิธีการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และบริบทที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจนเพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของการวิจัยในการที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ในบริบทที่ใกล้เคียงกัน

5. การยืนยันผลการวิจัย (Conformability) โดยการที่ผู้ทำการวิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไว้เป็นอย่างดี พร้อมสำหรับการตรวจสอบ (Audit trial) เพื่อยืนยันว่า ข้อมูลที่ได้ไม่มีความลำเอียงหรือเกิดจากการคิดขึ้นของผู้วิจัย

คุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้นำคำถามในการสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องตลาดนัด ตรวจสอบเพื่อความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ในด้านความครบถ้วน ความถูกต้อง และครอบคลุมเชิงเนื้อหา เพื่อให้ได้ข้อสรุปสุดท้ายที่สมบูรณ์ จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบแบบสัมภาษณ์ในการวิจัย โดยหาค่า(IOC: Index of item objective congruence) หรือดัชนีความเหมาะสม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินเนื้อหาของข้อถามเป็นรายชื่อ โดยมีรายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบดังนี้ (เกียรติสุดา ศรีสุข.2552)

1. ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. ดร.ธีทัต ตรีศิริ โขติ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
3. ดร.สุชนัน เมธิโยธิน ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลไปวิเคราะห์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยการนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เรื่องกลยุทธ์สู่ความสำเร็จในการตั้งตลาดนัดในจันทบุรี ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทป และการบันทึกภาคสนามมาอ่านหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้ และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ
2. นำข้อมูลกลับมาอ่านอีกครั้งโดยละเอียดทุกบรรทัด และจึงตีความ

3. นำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาไว้กลุ่มเดียวกัน โดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความหรือทุกประโยค แล้วจึงตั้งชื่อคำสำคัญซึ่งจะจัดเป็นทั้งกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อย (Sub-theme) ที่อยู่ภายใต้ความหมายของกลุ่มใหญ่ ซึ่งกระบวนการดังกล่าว คือ การสร้างหัวข้อสรุปและกลุ่มหัวข้อสรุปแนวคิดในตัวข้อมูล (องอาจ นัยวัฒน์, 2548, หน้า 236)

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการการสัมภาษณ์ โดยเริ่มสัมภาษณ์ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ จำนวน 15 คน ก่อน แล้วจึงสัมภาษณ์แม่ค้าที่ขายสินค้า ในตลาดนัด จำนวน 11 คน จากนั้นสัมภาษณ์ผู้บริหารงานตลาดนัด จำนวน 4 คน สุดท้ายสัมภาษณ์ เจ้าของตลาดนัด จำนวน 4 คน โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และข้อมูลที่ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ทั้งจากหนังสือ บทความ วารสาร เพื่อนำมาใช้ประกอบการศึกษาวิจัยให้สมบูรณ์ หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้วจะมีขั้นตอนการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ดังนี้

1. สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้ให้สัมภาษณ์
2. การยืนยันความถูกต้องของข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่ได้จดบันทึกอย่างละเอียด และอธิบายอย่างชัดเจนนำกลับไปให้ผู้ให้สัมภาษณ์ยืนยันความถูกต้องของข้อมูลว่าข้อมูลเป็นจริงตรงกับความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์หรือไม่
3. ตรวจสอบความไว้วางใจได้ของข้อมูล โดยการนำข้อมูลไปตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์เพื่อยืนยันความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
4. ความสามารถในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ โดยการเขียนระเบียบวิธีการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และบริบทที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจนเพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของการวิจัยในการที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ในบริบทที่ใกล้เคียงกัน
5. การยืนยันผลการวิจัย โดยการที่ผู้ทำการวิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไว้เป็นอย่างดี พร้อมสำหรับการตรวจสอบ เพื่อยืนยันว่า ข้อมูลที่ได้ไม่มีความลำเอียงหรือเกิดจากการคิดขึ้นของผู้วิจัย

ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลสัมภาษณ์ ของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ

ชื่อ	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้/เดือน	จำนวนสมาชิกในครอบครัว	ระยะทางจากบ้านถึงตลาดนัด
นางสาวเบ็ญจมาศ ธารานุรักษ์	หญิง	33 ปี	ปริญญาโท	70,000 บาท	4 คน	0.5 กม.
นางสาวสุดารัตน์ ธีญะ	หญิง	34 ปี	ปวส.	13,000 บาท	5 คน	2 กม.
นายเอกวัฒน์ ธนประสิทธิ์	ชาย	33 ปี	ปริญญาโท	20,000 บาท	4 คน	2 กม.
นางสาววันวิสาข์ เจนวิชา	หญิง	24 ปี	ปวส.	12,000 บาท	4 คน	10 กม.
นางสาวกนกวรรณ จันทมาลี	หญิง	25 ปี	ปริญญาตรี	12,000 บาท	2 คน	3 กม.
นางสาวเสานีย์ กีกก้อง	หญิง	35 ปี	ปวส.	10,000 บาท	2 คน	0.8 กม.
นางสาวจินดา ขาวจ้อย	หญิง	34 ปี	ปวส.	15,000 บาท	3 คน	1 กม.
นางสาวศิริภรณ์ ชนะสิทธิ์	หญิง	31 ปี	ปริญญาตรี	15,000 บาท	4 คน	4 กม.
นางสาวจิตาภา เอี่ยมพุก	หญิง	25 ปี	ปริญญาตรี	12,000 บาท	5 คน	0.5 กม.
นางสาวสำราญ สุพรม	หญิง	41 ปี	มัธยมปลาย	10,000 บาท	3 คน	0.6 กม.
นางสาวเพ็ญศรี ขำสุข	หญิง	56 ปี	มัธยมต้น	10,000 บาท	1 คน	1 กม.
นางสาวทันฑีมา สุหฤทธำรง	หญิง	41 ปี	ปริญญาตรี	20,000 บาท	7 คน	1 กม.
นางชุติมา แสงชล	หญิง	45 ปี	ปวส.	15,000 บาท	2 คน	1 กม.

จากตารางที่ 4-1 สัมภาษณ์ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำจำนวน 15 คน เป็นผู้หญิง 14 คน เป็นผู้ชาย 1 คน คิดเป็น อายุของผู้ถูกสัมภาษณ์อยู่ระหว่าง 25-56 ปี พบว่าระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมต้นจนถึงปริญญาโท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 1-7 คน โดยมีระยะทางระหว่างบ้านถึงตลาดนัด 0.5-10 กม.

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี
ตารางที่ 4-2 คำถามข้อที่ 1 ที่ตั้งของตลาดนัดที่ดีควรเป็นอย่างไร

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	มีที่จอดรถ สะอาด ปลอดภัย ใกล้แหล่งชุมชน
2	เดินทางสะดวก ใกล้บ้าน เข้าถึงง่าย
3	มีที่จอดรถสะดวก มีการจัดร้านที่เดินง่าย
4	สะดวกในการเดินทาง มีการคมนาคมเข้าถึง อยู่ในชุมชน
5	ที่จอดรถกว้าง มีถึงขยะ ถนนไม่มีฝุ่น
6	ใกล้บ้าน ใกล้ชุมชน
7	มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวก สบาย
8	ใกล้บ้าน ไปสะดวก
9	ใกล้แหล่งชุมชน มีบริเวณให้จอดรถ
10	จัดสื่อให้ดี ของสดอยู่ของสด ของแห้งอยู่ของแห้ง อยู่ใกล้บ้าน
11	ใกล้ชุมชน เดินทางสะดวก
12	ทางเดินสะดวก
13	ใกล้ตัวเมือง ใกล้บ้าน ที่จอดรถเยอะๆ กว้างๆ ตลาดสะอาด
14	อยู่ในชุมชน
15	อยู่ในชุมชนที่เราอาศัยอยู่ ใกล้บ้าน

จากตารางที่ 4-2 สัมภาษณ์ผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำจำนวน 15 คน
ที่ตั้งของตลาดนัดที่ดีควรอยู่ใกล้ชุมชน ในส่วนของปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผู้ตอบในลำดับถัดไป คือ มีที่
จอดรถ และเดินทางไปตลาดนัดได้สะดวก

ตารางที่ 4-3 คำถามข้อที่ 2 จำนวนร้านค้าอย่างน้อยที่ต้องมีในตลาดนัด และสินค้าใดที่จำเป็นต้องมีบ้าง

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	มีร้านค้า 30 ขึ้นไป มีอาหารสด ผัก ผลไม้ ของใช้ในชีวิตประจำวัน
2	มีร้านค้า 50 ขึ้นไป มีอาหาร เสื้อผ้า ของใช้
3	มีร้านค้าอย่างต่ำ 20 ร้าน มีของกิน อาหารสด เสื้อผ้า ขนม ผลไม้
4	มีร้านค้า 100 ขึ้นไป มีสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต
5	มีร้านค้า 20 ขึ้นไป มีกับข้าวสำเร็จ ผัก เครื่องสำอาง
6	มีร้านค้า 30 ขึ้นไป มีกับข้าวสำเร็จ ของสด
7	มีร้านค้า 40 ขึ้นไป มีกับข้าวสำเร็จ ของสด เครื่องสำอาง เสื้อผ้า
8	มีร้านค้า 100 ขึ้นไป มีอาหารสำเร็จ เสื้อผ้า รองเท้า
9	มีร้านค้า 20 ขึ้นไป มีของสด ของแห้ง อาหารปรุงสำเร็จ เครื่องใช้ใน บ้าน
10	มีร้านค้าอย่างละ 2 ร้าน มีของสด
11	มีร้านค้า 20 ขึ้นไป มีของกินสำเร็จรูป ของสด เสื้อผ้า
12	มีร้านค้า 20 ขึ้นไป มีของใช้
13	มีร้านค้า 50 ขึ้นไป มีผัก หมู เห็ด เป็ด ไก่
14	มีร้านค้า 50 ขึ้นไป มีของสด ของแห้ง
15	100++ ของสด(หมู ไก่ อาหารทะเล) ผัก ปลาแห้ง(สำหรับปรุงอาหาร) ของใช้แบบในร้านขายของชำ เสื้อผ้า

จากตารางที่ 4-3 สัมภาษณ์ผู้บริโภครายหนึ่งที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำจำนวน 15 คน พบว่า ต้องการให้มีร้านค้าอย่างน้อย 20 ร้านค้า ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ตอบว่า จำนวนร้านค้าอย่างน้อยที่ต้องมีในตลาดนัด ต้องมีอย่างน้อย 20 ร้านค้า และต้องมีของสด ของแห้ง อาหารปรุงสำเร็จ เครื่องใช้ในบ้าน

ตารางที่ 4-4 คำถามข้อที่ 3 ท่านรู้จักตลาดนัดที่ท่านไปใช้บริการเป็นประจำได้อย่างไร

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	ขับรถผ่านแล้วเห็น
2	เดินผ่าน ใกล้บ้าน
3	ไปกับครอบครัวตั้งแต่เล็กๆ ใกล้บ้าน
4	ไปทำงานแล้วเจอ
5	อยู่ในพื้นที่
6	อยู่ใกล้บ้าน
7	อยู่ใกล้บ้าน
8	จากสื่อโฆษณา จากปากต่อปาก
9	ใช้ในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว
10	รู้จักมานานแล้ว
11	มีคนแนะนำ
12	อยู่แถวบ้าน
13	ใกล้บ้าน
14	อยู่แถวบ้าน
15	ขับรถผ่านแล้วเห็น

จากตารางที่ 4-4 สัมภาษณ์ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำจำนวน 15 คน พบว่า รู้จักตลาดนัดและอยู่ใกล้บ้านซึ่งไปใช้บริการเป็นประจำอยู่แล้ว

ตารางที่ 4-5 คำถามข้อที่ 4 ปัจจัยใดที่มีผลทำให้ท่านอยากไปเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดที่ตั้งขึ้นใหม่

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	ดูสินค้าว่ามีอะไรใหม่ ๆ ไหม ของสด ๆ
2	มีร้านอาหารเยอะ ๆ น่าสนใจ
3	มีอะไรแตกต่างจากตลาดที่ไปอย่างไร สินค้าแตกต่างกันไหม ราคาแตกต่างกันไหม
4	สินค้าที่อื่นไม่มี หรือมีแต่ราคาสูงกว่า สินค้าแปลก ๆ
5	ทำเลดี ของเยอะ
6	ของถูก ราคาเป็นกันเอง
7	ไปดูสินค้าใหม่ ๆ แปลก ๆ
8	มีสินค้าที่สนใจ มีกิจกรรมที่สนใจ เช่น คอนเสิร์ต
9	สินค้าที่แปลกใหม่ อะไรที่ใหม่จากเดิมที่เราเคยอยู่แล้ว
10	ไปดูสินค้าใหม่ ๆ
11	การโฆษณา ของถูก
12	มีของกินที่ชอบ
13	สินค้าถูก สด
14	มีสินค้าเยอะ ๆ
15	มีของเยอะ มีให้เลือกหลากหลาย ไปที่เดียวสามารถ เลือกได้ครบทุกอย่าง ราคาสมเหตุสมผล

จากตารางที่ 4-5 สัมภาษณ์ผู้บริโภครวม 15 คน พบว่า ปัจจัยที่มีผลทำให้ท่านอยากไปเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดที่ตั้งขึ้นใหม่ คือ อยากไปดูสินค้าใหม่ ๆ ที่ไม่มีในตลาดนัดที่ไปใช้บริการเป็นประจำ รองลงมาคือ ต้องการไปซื้อสินค้าที่ถูก

ตารางที่ 4-6 คำถามข้อที่ 5 สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องคำนึงถึงประเด็นใดบ้าง เช่น ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน เป็นต้น

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	ความสะอาด เป็นระเบียบ อยากให้จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่
2	ความสะอาด ทางเดินกว้าง ความเป็นระเบียบในการจัดล็อก
3	ที่จอดรถ ทางเดินสะดวก ความสะอาดทั้งอาหารและตัวตลาด
4	ที่จอดรถ ความสะอาด ไม่มีน้ำแฉะ ฝุ่น อากาศถ่ายเท
5	ห้องน้ำสะอาด ทางเดินสะอาด ความสะอาดของอาหาร
6	ความสะอาด ที่จอดรถ
7	ที่จอดรถ ห้องน้ำ
8	ทางเดินควรจะต้องกว้างหน่อย ไม่เบียดมากเกินไป
9	ที่จอดรถ ความสะอาด ทางเดินแคบไปไม่ดี
10	มีที่จอดรถเฉพาะของตลาด ทางเดินไม่แฉะ
11	ของขายสะอาด มีที่จอดรถ
12	ที่จอดรถมีเพียงพอ
13	ทุกข้อ และท่อระบายน้ำทิ้ง ควรจะมีการจัดการที่ดี ให้สะอาด
14	ทุกข้อ
15	เดินทางสะดวก ปลอดภัย

จากตารางที่ 4-6 สัมภาษณ์ผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำจำนวน 15 คน พบว่า สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องคำนึงถึง ความสะอาด รองลงมาคือ ที่จอดรถ

ตารางที่ 4-7 คำถามข้อที่ 6 ในด้านของการให้บริการของแม่ค้า ท่านคำนึงถึงเรื่องใดมากที่สุด

คนที่	ผลสัมฤทธิ์
1	พุดจาดี ดูแลภษนะที่มารองของขาย
2	ความสะอาด ขายของสะอาด ๆ ไม่หน้าบึ้ง หน้าบูด
3	การพุดจา กิโลตรง
4	ยินดีให้ข้อมูล มีบริการหลังการขาย
5	การพุดจา
6	พุดจาดี มี ลดแลกแจกแถม
7	แม่ค้าอธษาศัยดี
8	ความสะอาดของของกิน
9	สินค้าต้องสดใหม่ มีคุณภาพ กิโลตรง
10	ไม่ชอบการยัดเยียดขายสินค้า
11	แม่ค้าพุดจาดี คิดปัยราคาให้ชัดเจน
12	การพุดจา
13	คิดปัยแสดงราคาสินค้า
14	การพุดจา
15	ไม่โกงตาซ้ง

จากตารางที่ 4-7 สัมภาษณ์ผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำจำนวน 15 คนพบว่า ในด้านของการให้บริการของแม่ค้า ผู้บริโภคคำนึงถึงการพุดจาของพ่อค้าแม่ค้า

ตารางที่ 4-8 คำถามข้อที่ 7 ประเด็นใดมีความสำคัญที่ทำให้ท่านต้องการไปซื้อสินค้าในตลาดนัด

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	ความสดของอาหาร มีอาหารหลากหลาย
2	อยากไปหาอะไรกิน
3	สะดวก ความเคยชิน มีร้านค้าหลากหลาย
4	สะดวก คุ่มค่า ราคา
5	ใกล้บ้าน สินค้าถูก
6	ราคาถูก แม่ค้าเป็นกันเอง
7	ไปซื้อกับข้าว ของกิน แม่ค้าพูดจาดี
8	ได้ไปเปลี่ยนบรรยากาศที่ตลาดปกติไม่มี ไปดูสินค้าใหม่ ๆ เพิ่มเติม
9	ไปเพื่อซื้อสินค้าในชีวิตประจำวันในการบริโภค
10	ไปเพื่อซื้อของใช้ประจำวัน
11	ซื้อของอุปโภค บริโภค
12	สะดวก ไปซื้ออาหารสำเร็จรูป
13	ความสะดวก ความใกล้บ้านเรา
14	ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค
15	สินค้าเยอะ ดี ราคาถูก การจราจรสะดวกสบาย

จากตารางที่ 4-8 สัมภาษณ์ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำจำนวน 15 คน พบว่า ประเด็นที่มีความสำคัญที่ทำให้ต้องการไปซื้อสินค้าในตลาดนัด คือ ต้องการไปซื้อสินค้าเพื่อบริโภค ส่วนประเด็นที่รองลงมาคือ ความสะดวก

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4-9 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ

คนที่	ผลสัมฤทธิ์
1	มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยแก่ผู้มาซื้อสินค้า มีถังขยะ
2	ให้มีความหลากหลายของสินค้า มีสินค้าใหม่ ๆ มาตลอด
3	อยากให้ตลาดนัดมีห้องน้ำที่สะอาด
4	มีการสื่อสารกับลูกค้าในเชิงรุก มีร้านค้าใหม่ ๆ มีโปรโมชั่นใหม่ ๆ
5	ไม่มีข้อมูล
6	ไม่มีข้อมูล
7	ไม่มีข้อมูล
8	มีหลังคา ทางเดินน้ำไม่ขัง
9	ไม่เอาตลาดมิกลิ้น ไม่สะอาด เหม็น
10	ไม่มีข้อมูล
11	ไม่มีข้อมูล
12	สถานที่ที่เดินเลือกซื้อของควรจะมีการปรับปรุงให้ดี

จากตารางที่ 4-9 แสดงข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ

ส่วนที่ 2 ผลสัมภาษณ์ ของพ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-10 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของพ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด

ชื่อ	เพศ	อายุ	อาชีพ	ประสบการณ์
นางมาลี ร่วมมงคล	หญิง	65 ปี	ขายหมู	20 ปี
นางทองสุข จันทสิทธิ์	หญิง	74 ปี	ขายหอยนางรม	40 ปี
นางสาวจารุวรรณ ฤกษ์มี	หญิง	34 ปี	ขายผักผลไม้	3 ปี
นายทองศักดิ์ เล็บสิงห์	ชาย	45 ปี	ขายไก่สด	5 ปี
นางวาสนา เจริญศักดิ์พานิช	หญิง	70 ปี	ขายผลไม้	10 ปี
นางนิตยา จันทสิทธิ์	หญิง	60 ปี	ขายผักสด	15 ปี
นางวิไลย์ ชอบชล	หญิง	64 ปี	ขายปลา	30 ปี
นายสุวัฐชัย ชอบชล	ชาย	58 ปี	ขายกุ้ง	20 ปี
นายนิค สุกสัมฤทธิ์	ชาย	44 ปี	ขายพลาสติก	10 ปี
นางเปรมพรรณ สุขสวัสดิ์	หญิง	54 ปี	ขายของใช้เบ็ดเตล็ด	5 ปี
นางเกสร ลักษณะแสงวิไลย์	หญิง	64 ปี	ขายข้าวหุงเสร็จ	1 ปี

จากตารางที่ 4-10 ผู้สัมภาษณ์ ของพ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัดจำนวน 11 คน เป็นผู้หญิง 8 คน เป็นผู้ชาย 3 คน อายุของผู้ถูกสัมภาษณ์อยู่ระหว่าง 34-74 ปี ประสบการณ์ในการขายสินค้าในตลาดนัดอยู่ระหว่าง 1- 40 ปี

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี
ตารางที่ 4-11 คำถามข้อที่ 1 ที่ตั้งของตลาดนัดที่ดีควรเป็นอย่างไร

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	อยู่ที่ชุมชน
2	อยู่ที่ชุมชน เดินทางสะดวก
3	อยู่ใกล้ชุมชน อยู่สามแยก ใกล้วัด ติดถนนหลักๆ
4	อยู่ในชุมชน อยู่ในเมือง
5	อยู่ในชุมชน มีที่จอดรถมากๆ
6	อยู่ในชุมชน เดินทางสะดวก
7	มีที่จอดรถเยอะๆ เป็นที่ชุมชน เดินทางสะดวก
8	ไปสะดวก มีบ้านคนเยอะๆ
9	อยู่ในชุมชน คน เยอะๆ
10	อยู่ในแหล่งชุมชน เดินทางสะดวก มีที่จอดรถ
11	อยู่ในชุมชน

จากตารางที่ 4-11 สัมภาษณ์พ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัดจำนวน 11 คน พบว่า
ที่ตั้งของตลาดนัดที่ดีควรจะอยู่ใกล้ชุมชน

ตารางที่ 4-12 คำถามข้อที่ 2 ราคาค่าเช่าแผงควรจะมีราคาเท่าไรต่อวัน

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	50 บาท/วัน
2	30 บาท/วัน
3	20-40 บาท/วัน
4	50 บาท/วัน
5	50 บาท/วัน
6	เมตรละ 30 บาท
7	ไม่เกิน 35 บาท แต่ถ้าตลาดยังไม่ดีต้องขายฟรี
8	30 บาท ถ้าตลาดดีแล้ว
9	เมตรละ 20 บาท
10	100 บาท/แผง
11	40 บาท

จากตารางที่ 4-12 สัมภาษณ์พ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัดจำนวน 11 คน พบว่า ราคา
ค่าเช่าแผงควรมีราคา 20-100 บาท ต่อแผงต่อวัน

ตารางที่ 4-13 คำถามข้อที่ 3 จำนวนแม่ค้าอย่างน้อยในการจัดตั้งตลาดนัด และสินค้าใดที่ ควรนำมา
วางขายในตลาดนัด ท่านพิจารณาอย่างไรในการเลือก

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	100 ร้าน อาหารสด ปลา ผัก กุ้ง
2	มีสินค้าครบ ร้านหลายๆหน่อย
3	20 ร้านขึ้นไป ผัก เนื้อหมู ของใช้ประจำวัน กับข้าว แป้ง คริม
4	100 ร้าน อาหารสด ผัก กับข้าวสำเร็จ
5	100 ร้าน อาหารสด ผัก ผลไม้ กับข้าวสำเร็จ
6	50 ร้าน สินค้าครบ อาหารทะเล ของใช้กีฬา ช้อปปิ้ง กับข้าว เครื่องอุปโภคบริโภค
7	อย่างน้อย 100 ร้าน ของกิน ของใช้
8	ต้องมีของครบ อาหาร เครื่องใช้ อย่างใดก็ต้องมีอย่างน้อย 1 แผง ถ้ามีเยอะก็ดีง่าย
9	สินค้าไม่ซ้ำกันเยอะเกินไป แบ่งเป็นโซนๆ โซนปลา โซนผัก
10	100 ร้าน สินค้าบริโภค ของสด ของสำเร็จ
11	200 ร้าน

จากตารางที่ 4-13 สัมภาษณ์พ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัดจำนวน 11 คน พบว่า
จำนวนแม่ค้าอย่างน้อยในการจัดตั้งตลาดนัด โดยต้องมีอย่างน้อย 20 ร้าน จนถึง 200 ร้าน และ
สินค้าที่ควรนำมาวางขายในตลาดนัด คือ ของสด อาหารสำเร็จรูป และเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน

ตารางที่ 4-14 คำถามข้อที่ 4 ควรใช้วิธีใดในการจูงใจคนเข้ามาเดินในตลาดนัด

คนที่	ผลสัมฤทธิ์
1	ใช้อาหารในการจูงใจคนมาเดิน กุ้ง ปู ปลา ปู
2	หาสินค้ามาลงเยอะ ๆ
3	ให้มีร้านค้าเยอะๆ ถ้าบางตลาดแม่ค้าน้อยก็จะไม่ค่อยมีคนมาเดิน
4	สินค้าดี ๆ แปลก ๆ ใหม่ ๆ จะดึงคนมาได้
5	สินค้าถูก ๆ
6	ให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ตลาดสะอาด มีหลังคา ไม่เกะกะ
7	ตลาดสะอาด ของครบ ของเยอะ
8	แจกคูปอง ของราคาถูก แจกรางวัล
9	ตลาดสะอาด มีที่จอดรถ
10	การพูดจาของแม่ค้า มีมนุษยสัมพันธ์ ของราคาไม่แพง
11	ของถูก สินค้ามาก

จากตารางที่ 4-14 สัมภาษณ์พ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัดจำนวน 11 คน พบว่า ควรใช้สินค้าน่าสนใจของแม่ค้าในการจูงใจคนเข้ามาเดินในตลาดนัด และมีสินค้าเยอะ ๆ ในการจูงใจคนเข้ามาเดินในตลาดนัด

ตารางที่ 4-15 คำถามข้อที่ 5 สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องมีการบริหารจัดการอย่างไรบ้าง เช่น ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน เป็นต้น

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	มีการบริหาร ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน
2	มีการบริหาร ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน
3	ห้องน้ำ ความสะอาด จ้างคนทำความสะอาดหลังตลาดวาย ระบบการตั้งแผง มีระบบจัดการที่ดี
4	ที่จอดรถสะดวก สะอาด ทางเดิน
5	ทุกข้อ ยกเว้นห้องน้ำ
6	จอดรถเป็นระเบียบ ห้องน้ำสะอาด ตลาดสะอาด
7	มีการบริหาร ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน
8	มีการบริหาร ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน สะดวกซื้อ สะดวกขาย
9	มีการบริหาร ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน
10	มีการบริหาร ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน
11	มีการบริหาร ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน

จากตารางที่ 4-15 สัมภาษณ์พ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัดจำนวน 11 คน พบว่า สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องมีการบริหารจัดการ ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน

ตารางที่ 4-16 คำถามข้อที่ 6 ท่านคิดว่าพฤติกรรมและคุณลักษณะของคนที่มาซื้อของในตลาดนัด เป็นอย่างไร

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	ส่วนใหญ่จะซื้อไปกินเอง วัยกลางคน
2	ซื้อไปกินเอง ขายนิดหน่อย คนมีอายุ
3	ซื้อผักผลไม้ เนื้อสัตว์ อายุ 25 ปี ขึ้นไป
4	ซื้อไปกินเอง ซื้อไปทำอาหารขาย กลางคน
5	ซื้อไปกินเอง อายุ 30-50 ปี
6	ซื้อไปกินเอง เพราะความสะดวก ไม่ต้องเข้าเมือง สินค้าครบ สมบาย
7	ซื้อไปกินเอง ไม่สะดวกเข้าตลาด เข้าตลาดต้องสวมหมวกกันน็อก
8	ทำกินเอง ไม่อยากเดินทางไกลเข้าตลาด หาที่จอดรถไม่ได้
9	ซื้อไปกินเอง ทำขาย ขายเลย วัยกลางคน
10	มีของหลากหลาย ของครบวงจร ทั้งของสด ของแห้ง หรือของใช้ อายุ 30 ขึ้นไป
11	ซื้อไปกินเอง อายุ 30-50 ปี

จากตารางที่ 4-16 สัมภาษณ์พ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัดจำนวน 11 คน พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดจะซื้อไปรับประทานเอง และผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดจะเป็นคนวัยกลางคน

ตารางที่ 4-17 คำถามข้อที่ 7 เหตุผลใดที่ทำให้ท่านอยากมาขายสินค้าในตลาดนัดที่จัดตั้งขึ้นใหม่

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	อยากขายที่เดิมมากกว่า
2	ไม่อยากย้ายที่
3	สถานที่ มีที่บังฝน อากาศถ่ายเท
4	ทำเลดี คนซื้อเยอะ
5	ต้องอยู่ในทำเลดี ค่าเช่าไม่แพง ที่จอดรถมาก
6	ความสะดวกสบาย
7	อยากขาย อยากจับจองเช่า
8	มีคนซื้อเยอะ
9	ตลาดเป็นชุมชน คนเยอะ คนซื้อเยอะ
10	อยู่ในแหล่งชุมชน คนเยอะ เดินทางสะดวก ค่าเช่าไม่แพง
11	ทำเลดี

จากตารางที่ 4-17 ผู้สัมภาษณ์ ของพ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัดจำนวน 11 คน พบว่า เหตุผลใดที่ทำให้พ่อค้า แม่ค้า อยากมาขายสินค้าในตลาดนัดที่จัดตั้งขึ้นใหม่ คือทำเลดี อยู่ในแหล่ง รongลงมาคือ มีคนซื้อสินค้าเยอะ

ตารางที่ 4-18 คำถามข้อที่ 8 ประเด็นใดมีความสำคัญในการตั้งตลาดนัดให้ประสบความสำเร็จ

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	ไม่มีความคิดเห็น
2	งูใจคนมาเยอะ ๆ
3	ควรมีหมู่บ้านเยอะ ๆ ต้องมี 10 หมู่บ้านขึ้นไป
4	ทำเลที่ตั้งอยู่ในชุมชนมี อยู่ริมถนน
5	อยู่ในชุมชน ทำเลดี รอบๆตลาดมีตลาดนัดมากรีเปล่า
6	เจ้าของตลาดดูแลแม่ค้า ลูกค้าดี ค่าที่ไม่แพง น้ำไฟพร้อม
7	เจ้าของตลาดช่วยสนับสนุน ทำให้ตลาดติด ถ้าแม่ค้าไปแล้วขายไม่ได้จะไม่ไปอีก
8	มีโปรโมชั่นให้คนมาเดิน เปิดวันไม่ตรงกับตลาดนัดใกล้เคียง
9	ตลาดสะอาด อยู่ในชุมชน เดินทางสะดวก มีห้องน้ำ
10	มีของขายเยอะ หลากหลายชนิด ราคาไม่แพง
11	คนเยอะ อยู่ในชุมชน

จากตารางที่ 4-18 ผู้สัมภาษณ์ ของพ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัดจำนวน 11 คน พบว่า ประเด็นที่มีความสำคัญในการตั้งตลาดนัดให้ประสบความสำเร็จ คือ ทำเลที่ตั้ง ตั้งอยู่ในชุมชน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4-19 ข้อเสนอแนะของพ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด

คนที่	ผลสัมฤทธิ์
1	ไม่มีข้อมูล
2	ไม่มีข้อมูล
3	อยากให้ตลาดอยู่ตรงกลางระหว่างชุมชน ที่จอดรถของคนซื้อให้สะดวกสบาย
4	สินค้าสะอาด สถานที่สะอาด มีที่จอดรถ
5	ให้แม่ค้าเวลาไปตั้งใหม่ ๆ อยากให้ขายราคาถูก เอาใจลูกค้า ลูกค้าก็จะประทับใจ กลับมาซื้ออีก
6	ไม่มีข้อมูล
7	คนจัดต้องเรียกคนมา มาก ๆ
8	ต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการของอะไรก็หามาขาย
9	คนบริหารมีการจัดการให้มีระเบียบเรียบร้อย เข้ามาตลาดแล้วสบายใจ ขายของคุณภาพ ซื้อแล้วไม่ผิดหวัง
10	มีที่ขายที่แน่นอนไว้ให้กับแม่ค้า มีความยุติธรรมให้แม่ค้า
11	ไม่มีข้อมูล

จากตารางที่ 4-19 แสดงข้อเสนอแนะของพ่อค้า แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด

ส่วนที่ 3 ผลสัมภาษณ์ ของเจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัด

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-20 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของเจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัด

ชื่อ	เพศ	อายุ	อาชีพ	ประสบการณ์
นายประยูทธ วรรณรัตน์	ชาย	42 ปี	บริหารตลาดนัด	1 ปี
นายเชาว์วัศ มุ่งชูเกียรติสกุล	ชาย	63 ปี	เจ้าของตลาดนัด	10 ปี
นางสาวมีนา แสงกาล	หญิง	58 ปี	บริหารตลาดนัด	6 ปี
นายสุทัศน์ สิชัยจันทร์สวัสดิ์	ชาย	60 ปี	เจ้าของตลาดนัด	1 ปี
นายพีระ เพศประเสริฐ	ชาย	52 ปี	บริหารตลาดนัด	5 ปี
นางฉลวย เพศประเสริฐ	หญิง	72 ปี	เจ้าของตลาดนัด	5 ปี
นางมณีรัตน์ สิชัยจันทร์สวัสดิ์	หญิง	49 ปี	บริหารตลาดนัด	1 ปี
นายสแควร์ ชิคเนทรีย์	ชาย	30 ปี	เจ้าของตลาดนัด	1 ปี

จากตารางที่ 4-20 สัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัดจำนวน 8 คน เป็นผู้หญิง 3 คน เป็นผู้ชาย 5 คน อายุของผู้ถูกสัมภาษณ์อยู่ระหว่าง 30-72 ปี แบ่งเป็นผู้บริหารตลาดนัดจำนวน 4 คน และเจ้าของตลาดนัดจำนวน 4 คน โดยมีประสบการณ์ในการทำตลาดนัด ตั้งแต่ 1-10 ปี

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี
 ตารางที่ 4-21 คำถามข้อที่ 1 ท่านมีการบริหารงานอย่างไรเพื่อให้มีจำนวนร้านค้าในตลาดนัดอย่าง
 เพียงพอ

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	ดูความต้องการของลูกค้าว่าต้องการซื้อสินค้าอะไร จึงจัดหา มาหาสินค้าที่แปลก ๆ ที่ยังไม่มีในตลาด ดูสินค้าในตลาด ถ้ามีสินค้าตัวไหนเยอะแล้วจะไม่เอาเพิ่ม
2	ไม่ได้มีการบริหาร พอตลาดติดแม่ค้าก็จะมาขายเอง Demand กับ Supply จะหาสมดุลเอง
3	แล้วแต่แม่ค้า ไม่มีการบริหารจัดการ
4	ไม่มีข้อมูล
5	คนซื้อกับแม่ค้าจะต้องพอๆกัน ถ้าแม่ค้าเยอะไปก็จะอยู่ไม่ไหวและมีการจำกัดเชิงหมู เชิงเนื้อ ไม่ให้มีเยอะเกินไป
6	ไม่ได้มีการบริหารด้านนี้
7	ใครมาก็รับหมด แต่ไม่เกินอย่างละ 2 แผง
8	มีการบริหารร่วมกับคนจัดตลาด มีการบริหารให้เพียงพอ

จากตารางที่ 4-21 สัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัดจำนวน 8 คน
 พบว่า "ไม่ได้มีการบริหารจัดการในด้านนี้ พ่อค้าแม่ค้าคนไหนติดต่อมาก็จะรับหมด แต่จะมีการ
 จำกัดไม่ให้สินค้าแต่ละอย่างมากเกินไป

ตารางที่ 4-22 คำถามข้อที่ 2 ราคาเช่าแผงคือเท่าไร และมีการขึ้นราคาเป็นช่วงหรือไม่

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	60 บาท / 2 เมตร
2	ตารางเมตรละ 30-40 บาท
3	เมตรละ 30, 35, 40 บาท แล้วแต่จำนวนคน
4	25 บาท/ เมตร
5	20 บาท/ แผง ตอนเปิด ตอนนี้ 50 บาท/ แผง (2 เมตร)
6	20 บาท/ เมตร
7	25 บาท/ เมตร
8	20 บาท/ แผง ค่าไฟฟ้าต่างหาก

จากตารางที่ 4-22 สัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัดจำนวน 8 คน พบว่า ราคาเช่าแผงอยู่ระหว่าง 20-40 บาท/ เมตร/ วัน

ตารางที่ 4-23 คำถามข้อที่ 3 สถานที่ตั้งของตลาดนัดควรจะมีทำเลเช่นไร

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	อยู่ในชุมชน มีถนนเข้าถึง ที่จอดรถสะดวก
2	อยู่ในชุมชน
3	ติดถนนใหญ่ ใกล้ชุมชน
4	ใกล้แหล่งชุมชน การเดินทางสะดวก
5	อยู่ในชุมชน กลางหมู่บ้าน ข้างโรงเรียน ข้างวัด เป็นจุดศูนย์รวมของชุมชน
6	อยู่ในชุมชน
7	ใกล้ชุมชน
8	ใกล้ชุมชน มีหมู่บ้าน มีโรงงาน

จากตารางที่ 4-23 สัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัดจำนวน 8 คน พบว่า สถานที่ตั้งของตลาดนัดควรจะมีอยู่ในชุมชน

ตารางที่ 4-24 คำถามข้อที่ 4 การทำตลาดนัดมีการทำ Promotion อย่างไรบ้าง

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	ขายฟรี ทดลองขาย บางที่ให้ 3 นัด บางที่ให้ 1 เดือน เอาวงดนตรีมาเรียกลูกค้า แจกของรางวัล
2	ไม่มีการทำ Promotion
3	มีการแจกงานขามให้แม่ค้าในตอนแรก
4	ขายฟรีในช่วงแรกๆ
5	ช่วงแรก ไม่เก็บค่าเช่า ลดราคาเนื้อหมู จัดโปรโมชั่น ทำคู่มือพิเศษ ประกวดนักร้อง สิ่งบันเทิง รถแห่ ออกวิทยุ ใบปลิว
6	ขายฟรี 3 เดือน
7	ไม่มีการทำ Promotion
8	เก็บค่าไฟฟ้าอย่างเดียวในช่วงแรก

จากตารางที่ 4-24 สัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัดจำนวน 8 คน พบว่า การทำตลาดนัดมีการทำ Promotion คือ การให้พ่อค้าแม่ค้าเข้ามาขายสินค้าฟรีในช่วงการเปิดตลาดนัดใหม่ๆ

ตารางที่ 4-25 คำถามข้อที่ 5 สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องคำนึงถึงประเด็นใดบ้าง เช่น ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน เป็นต้น

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	ทุกข้อ และต้องดูเรื่องความปลอดภัยด้วย
2	ปรับปรุงที่จอดรถให้สะอาด กว้างขวาง ความสะอาดก็สำคัญ
3	ทุกข้อ
4	สำคัญหมด
5	ที่จอดรถ ความสะอาด ความสะอาด
6	สำคัญหมด
7	ที่จอดรถ ความสะอาด
8	คำนึงถึงที่ตั้งมากกว่า ต้องอยู่ในชุมชน

จากตารางที่ 4-25 สัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัดจำนวน 8 คน พบว่า สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องคำนึงถึงประเด็นเรื่อง ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน

คำถามข้อที่ 6 มีการคัดเลือกแม่ค้าที่จะมาขายของในตลาดนัดหรือไม่ ในเรื่องของการให้บริการและในเรื่องของการซื้อสัตย์ในการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนตอบว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้มีการคัดเลือกในเรื่องของการให้บริการ และในเรื่องของการซื้อสัตย์ในการขาย แต่จะมีการคัดเลือกในด้านของตัวสินค้ามากกว่า มีการจำกัดไม่ให้สินค้าชนิดเดียวกันมีจำนวนมากเกินไป

ตารางที่ 4-26 คำถามข้อที่ 7 จำนวนเงินลงทุนที่ต้องใช้ในการสร้างตลาดนัดมีจำนวนเท่าไร
แบ่งเป็นค่าอะไรบ้าง

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	5 ล้านบาท ได้ 1900 ตร.ม. จำนวน 200 ร้านค้า เทพื้น หลังคา ห้องน้ำ ออฟฟิต ระบบระบายน้ำ
2	10 ล้านบาท ค่าถนน อาคาร
3	4 ล้านบาท ค่าอาคาร
4	5-6 ล้านบาท ค่าอาคาร
5	ถ้าเป็นตลาดฟุ้งตั้ง ก็จะแค่ตั้งเพิง
6	5 ล้านบาท ค่าอาคาร
7	6-7 ล้านบาท ค่าอาคาร
8	ถ้ามีที่ดินอยู่แล้ว ก็จะมีค่าเดินไฟฟ้า ค่าทำถนน ห้องน้ำ รวม 1 ล้านบาท

จากตารางที่ 4-26 สัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัดจำนวน 8 คน พบว่า
จำนวนเงินลงทุนที่ต้องใช้ในการสร้างตลาดนัด มีจำนวน 4-10 ล้านบาท แบ่งเป็นค่าอาคาร
(ตัวตลาด)

ตารางที่ 4-27 คำถามข้อที่ 8 ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความสำคัญในการตั้งตลาดนัดให้ประสบ
ความสำเร็จ คืออะไรบ้าง

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	ช่วงต้นเดือนขายดี ช่วงปลายเดือนขายไม่ดี
2	ขึ้นอยู่กับดวง
3	เทศการก็จะขายดี
4	ไม่มี
5	ไม่มี
6	ไม่มี
7	ไม่มี
8	ไม่มี

จากตารางที่ 4-27 สัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัดจำนวน 8 คน พบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความสำคัญในการตั้งตลาดนัดให้ประสบความสำเร็จ ผู้ถูก สัมภาษณ์ตอบว่า ไม่มีปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องที่จะทำให้การตั้งตลาดนัดประสบความสำเร็จ

คำถามข้อที่ 9 การเมืองมีผลต่อการจัดตั้งตลาดนัด หรือมีผลกระทบอย่างไรบ้างต่อตลาด นัด

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนตอบว่า การเมืองไม่มีผลต่อการจัดตั้งตลาดนัด ทั้งการเมือง ท้องถิ่นและการเมืองระดับประเทศ

คำถามข้อที่ 10 สภาพเศรษฐกิจตอนไหนเหมาะแก่การจัดตั้งตลาดนัดมากที่สุด เพราะ ะไร

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนตอบว่า สภาพเศรษฐกิจดีจะทำให้ขายสินค้าในตลาดนัดได้ดีขึ้น แต่สภาพเศรษฐกิจที่ไม่ดีก็จะทำให้ขายสินค้าได้น้อยลง แต่เนื่องจากสินค้าในตลาดนัดนั้นเป็นสินค้า จำพวกจำเป็นต่อการดำรงชีวิตจึงทำให้ยังขายสินค้าได้แม้ในสภาพเศรษฐกิจที่ไม่ดีก็ตาม ตารางที่ 4-28 ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของเจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัด

คนที่	ผลสัมภาษณ์
1	จัดตลาดนัดเน้นทำเล สะดวก เห็นชัด อยู่ใจกลางชุมชน คมนาคมสะดวก จอดรถสะดวก เน้นตัวสินค้าในตลาด สินค้าดี มีคุณภาพ
2	ต้องควบคุมแม่ค้าให้ดี ๆ ในช่วงแรก
4	สะอาด มีสาธารณูปโภค ห้องน้ำสะอาด ที่จอดรถต้องทำดี ๆ
8	คนซื้อชอบเดินตลาดที่เปิดโล่ง ๆ ไม่ชอบให้มีหลังคา

จากตารางที่ 4-28 แสดงข้อเสนอแนะของเจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัด

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการการสัมภาษณ์ โดยเริ่มสัมภาษณ์ผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ จำนวน 15 คน ก่อน แล้วจึงสัมภาษณ์แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด จำนวน 11 คน จากนั้น สัมภาษณ์ผู้บริหารงานตลาดนัด จำนวน 4 คน สุดท้ายสัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัด จำนวน 4 คน โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และข้อมูลที่ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ทั้งจากหนังสือ บทความ วารสาร เพื่อนำมาใช้ประกอบการศึกษาวิจัยให้สมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ฉบับร่างที่ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้พิจารณาและตรวจสอบเรื่องความถูกต้องและความชัดเจนของคำถาม โดยมีค่าความน่าเชื่อถือมากกว่า และเท่ากับ 0.7 และหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปและการบันทึกภาคสนามมาอ่านหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้ และพิจารณาประเด็นที่สำคัญจากนั้นจึงนำข้อมูลกลับมาอ่านอีกครั้งโดยละเอียดทุกบรรทัดและจึงตีความ และท้ายที่สุดจึงนำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาไว้กลุ่มเดียวกัน

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลสัมภาษณ์ ของผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ถูกสัมภาษณ์ มีจำนวน 15 คน เป็นผู้หญิง 14 คน เป็นผู้ชาย 1 คน อายุของผู้ถูกสัมภาษณ์อยู่ระหว่าง 25-56 ปี ระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมต้นจนถึงปริญญาโท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 1-7 คน โดยมีระยะทางระหว่างบ้านถึงตลาดนัด 0.5-10 กม.

ที่ตั้งของตลาดนัดที่ดี ควรจะอยู่ใกล้ชุมชน ในส่วนของปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผู้ตอบในลำดับถัดไป คือ มีที่จอดรถ และเดินทางไปตลาดนัดได้สะดวก จำนวนร้านค้าอย่างน้อยที่ต้องมีในตลาดนัด ต้องมีอย่างน้อย 20 ร้านค้า และต้องมีมีของสด ของแห้ง อาหารปรุงสำเร็จ เครื่องใช้ในบ้าน ผู้บริโภครู้จักตลาดนัดที่ผู้บริโภครไปใช้บริการเป็นประจำ เนื่องจากอยู่ใกล้บ้าน ปัจจัยที่มีผลที่ทำให้

อยากไปเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดที่ตึกขึ้นใหม่ คือ อยากไปดูสินค้าใหม่ ๆ ที่ไม่มีในตลาดนัดที่ไปใช้บริการเป็นประจำจำนวน รองลงมาคือ ต้องการไปซื้อสินค้าที่ถูก สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องคำนึงถึงความสะอาด รองลงมาคือ ที่จอดรถ ในด้านของการให้บริการของแม่ค้า ผู้บริโภค คำนึงถึงการพูดจาของพ่อค้าแม่ค้ามากที่สุด ประเด็นที่มีความสำคัญที่ทำให้ต้องการไปซื้อสินค้าในตลาดนัด คือ ต้องการไปซื้อสินค้าเพื่อบริโภค

ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำมีดังนี้ ต้องการให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยแก่ผู้มาซื้อสินค้า มีถังขยะ ให้มีความหลากหลายของสินค้า มีสินค้าใหม่ ๆ มาตลอด อยากให้ตลาดนัดมีห้องน้ำที่สะอาด มีการสื่อสารกับลูกค้าในเชิงรุก มีร้านค้าใหม่ ๆ มีโปรโมชั่นใหม่ ๆ มีหลังคา ทางเดิน น้ำไม่ขัง ไม่ต้องการตลาดที่มีกลิ่นเหม็น ไม่สะอาด

ส่วนที่ 2 ผลสัมฤทธิ์ ของพ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด

ผู้ถูกสัมภาษณ์ มีจำนวน 11 คน เป็นผู้หญิง 8 คน เป็นผู้ชาย 3 คน อายุของผู้ถูกสัมภาษณ์ อยู่ระหว่าง 34-74 ปี ประสบการณ์ในการขายสินค้าในตลาดนัดอยู่ระหว่าง 1-40 ปี

ที่ตั้งของตลาดนัดที่ดีควรอยู่ใกล้ชุมชน ราคาเช่าแผงควรจะมีราคา 20-100 บาท ต่อแผงต่อวัน จำนวนแม่ค้าอย่างน้อยในการจัดตั้งตลาดนัด โดยต้องมีอย่างน้อย 20 ร้าน จนไปถึง 200 ร้าน และสินค้าที่ควรนำมาวางขายในตลาดนัด คือ ของสด อาหารสำเร็จรูป และเครื่องใช้ในครัวประจำวัน ควรใช้สินค้านำราคาถูกของแม่ค้าในการจูงใจคนเข้ามาเดินในตลาดนัด และมีสินค้ามาก ๆ ในการจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามาเดินซื้อสินค้าในตลาดนัด สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องมีการบริหารจัดการ ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดจะซื้อไปรับประทานเอง และผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดจะเป็นคนวัยกลางคน เหตุผลใดที่ทำให้พ่อค้า แม่ค้า อยากมาขายสินค้าในตลาดนัดที่จัดตั้งขึ้นใหม่ คือ ทำเลดี อยู่ในแหล่งชุมชน รองลงมาคือ มีผู้บริโภคมาซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก ประเด็นที่มีความสำคัญในการตั้งตลาดนัดให้ประสบความสำเร็จ คือ ทำเลที่ตั้ง ตั้งอยู่ในชุมชน

ข้อเสนอแนะของพ่อค้าแม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด คือ อยากให้ตลาดอยู่ตรงกลางระหว่างชุมชน ที่จอดรถของคนซื้อให้สะดวกสบาย สินค้าที่ขายสะอาด สถานที่ขายสินค้าสะอาด มีที่จอดรถ อยากให้แม่ค้าที่ไปตั้งในตลาดนัดที่จัดตั้งขึ้นใหม่ ๆ อยากให้ขายสินค้านำราคาถูก ประกอบกับการเอาใจลูกค้า ลูกค้าก็จะประทับใจกลับมาซื้อสินค้าอีก ผู้บริหารตลาดนัดต้องเรียกผู้บริโภคมามาก ๆ ต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการสินค้าอะไรก็ให้จัดหาขาย คนบริหารตลาดนัดต้องมีการจัดการให้มีระเบียบเรียบร้อย เวลาที่ผู้บริโภคเข้ามาที่ตลาดแล้วจะได้มีความสบายใจ ขายสินค้าที่มีคุณภาพ ซื้อแล้วไม่ผิดหวัง อยากให้มีที่ขายที่แน่นอนให้กับแม่ค้า มีความยุติธรรมให้แม่ค้า

ส่วนที่ 3 ผลสัมฤทธิ์ ของเจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัด

ผู้ถูกสัมภาษณ์ มีจำนวน 8 คน เป็นผู้หญิง 3 คนเป็นผู้ชาย 5 คน อายุของผู้ถูกสัมภาษณ์อยู่ระหว่าง 30-72 ปี แบ่งเป็นผู้บริหารตลาดนัดจำนวน 4 คน และเจ้าของตลาดนัด จำนวน 4 คน โดยมีประสบการณ์ในการทำตลาดนัด ตั้งแต่ 1-10 ปี ไม่ได้มีการบริหารจัดการเพื่อให้มีจำนวนร้านค้าในตลาดนัดอย่างเพียงพอ พ่อค้าแม่ค้าคนไหนติดต่อกันก็จะรับหมด แต่จะมีการจำกัดไม่ให้สินค้าแต่ละอย่างมากเกินไป ราคาเช่าแผงอยู่ระหว่าง 20-40 บาท/ เมตร/ วัน สถานที่ตั้งของตลาดนัดควรจะอยู่ในชุมชน การทำตลาดนัดมีการทำ Promotion คือ การให้พ่อค้าแม่ค้าเข้ามาขายสินค้าฟรีในช่วงการเปิดตลาดนัดใหม่ ๆ สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องคำนึงถึงประเด็นเรื่องความสะดวก ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน ไม่ได้มีการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าในเรื่องของการให้บริการ และในเรื่องของการซื้อสัตย์ในการขาย แต่จะมีการคัดเลือกในด้านของตัวสินค้ามากกว่า มีการจำกัดไม่ให้สินค้าชนิดเดียวกันมีจำนวนมากเกินไปจำนวนเงินลงทุนที่ต้องใช้ในการสร้างตลาดนัด มีจำนวน 4-10 ล้านบาท แบ่งเป็นค่าอาคาร (ตัวตลาด) บังคับแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความสำคัญในการตั้งตลาดนัดให้ประสบความสำเร็จ ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่า ไม่มีปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องที่จะทำให้การตั้งตลาดนัดประสบความสำเร็จ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนตอบว่าการเมือง ไม่มีผลต่อการจัดตั้งตลาดนัด ทั้งการเมืองท้องถิ่นและการเมืองระดับประเทศ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนตอบว่า สภาพเศรษฐกิจดีจะทำให้ขายสินค้าในตลาดนัดได้ดีขึ้น แต่สภาพเศรษฐกิจที่ไม่ดีก็จะทำให้ขายสินค้าได้น้อยลง แต่เนื่องจากสินค้าในตลาดนัดนั้นเป็นสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิต จึงทำให้ยังขายสินค้าได้แม้ในสภาพเศรษฐกิจที่ไม่ดีก็ตาม

ข้อเสนอแนะของเจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัด มีดังนี้ จัดตลาดนัดเน้นทำเล สะดวก เห็นชัด อยู่ใจกลางชุมชน กม.นาคมสะดวก จอดรถสะดวก เน้นตัวสินค้าในตลาดสินค้าดี มีคุณภาพ ต้องควบคุมแม่ค้าให้ดี ๆ ในช่วงแรก สะอาด มีสาธารณูปโภค ห้องน้ำสะอาด ที่จอดรถต้องทำดี ๆ คนซื้อชอบเดินตลาดที่เปิดโล่ง ๆ ไม่ชอบให้มีหลังคา

โดยสามารถสรุปเป็น 7Ps ได้ดังนี้

Product ต้องมีอย่างน้อย 20 ร้านค้าขึ้นไป และต้องมีของสด ของแห้ง อาหารปรุงสำเร็จ ตลอดจนเครื่องใช้ในบ้าน ต้องมีสินค้าใหม่ ๆ แปลก ๆ ที่ยังไม่มีในตลาดนัดอื่น

Price ราคาถูก

Place ต้องตั้งอยู่ในชุมชน

Promotion การให้พ่อค้าแม่ค้าเข้ามาขายสินค้าฟรีในช่วงการเปิดตลาดนัดใหม่ ๆ

People ผู้จัดตลาดนัดต้องคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่มนุษยสัมพันธ์ดี

Physical Environment สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องคำนึงถึงประเด็นเรื่องความ สะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน

Process ไม่พบข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี สามารถสรุปเป็นกลยุทธ์ซึ่งสอดคล้องกับหลักการตลาดหรือ 7P ได้ดังนี้

ในการจัดตั้งตลาดนัดให้ประสบความสำเร็จนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัด คือ การเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดนัดที่ตั้งอยู่ในชุมชน และสามารถเดินทางไปตลาดนัดได้สะดวก จำนวนร้านค้าที่ต้องมีอย่างน้อยในตลาดนัด ต้องมีอย่างน้อย 20 ร้านค้าขึ้นไป และต้องมีของสด ของแห้ง อาหารปรุงสำเร็จ ตลอดจนเครื่องใช้ในบ้าน สินค้าในตลาดนัดต้องมีสินค้าใหม่ ๆ แปลก ๆ ที่ยังไม่มีในตลาดนัดอื่น สอดคล้องกับ อนุศักดิ์ อุตแจ่ม (2547) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของประชาชนที่มีต่อตลาดนัดในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเรื่องตลาดนัดเป็นการรวบรวมสินค้าหลากหลายมาบริการใกล้บ้าน รองลงมาคือต้องการไปซื้อสินค้าที่ถูก สอดคล้องกับ ลาวัลย์ เวชอภิกุล (2551) ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชค จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ราคาถูกราคาเหมาะสมกับสินค้า จึงสามารถสรุปได้ว่าถ้าสินค้าเหมือนกันกับที่อื่นต้องมีราคาถูกกว่า จึงจะสามารถจัดตั้งตลาดนัดให้ผู้บริโภคมาเดินซื้อของได้ ผู้จัดตลาดนัดต้องคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่มียุทธศาสตร์ที่ดี เนื่องจากประเด็นที่ผู้บริโภคคำนึงถึง คือ พูดยาของพ่อค้าแม่ค้า สอดคล้องกับ พุทธชาติ อินทร์บำรุง (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายในตลาดนัดธนบุรี พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พูดยาสภาพ มีมารยาทในการต้อนรับ ประเด็นที่มีความสำคัญที่ทำให้ต้องการไปซื้อสินค้าในตลาดนัด คือต้องการไปซื้อสินค้าเพื่อบริโภค สอดคล้องกับ ทศนา หงษ์มา (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อในตลาดนัด: กรณีศึกษาตลาดนัดในกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดนนทบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เลือกซื้อสินค้าประเภทอาหารมากที่สุด พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดจะซื้อไปรับประทานเอง และผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดจะเป็นคนวัยกลางคน ทำให้ผู้จัดตั้งตลาดนัดสามารถเลือกทำการตลาดเฉพาะบุคคลกลุ่มนี้ได้ ในส่วนของการทำ Promotion คือ การให้พ่อค้าแม่ค้าเข้ามาขายสินค้าฟรีในช่วงการเปิดตลาดนัดใหม่ ๆ และสถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องคำนึงถึงประเด็นเรื่องความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน สอดคล้องกับ สุวิมล ปิยะสุจริตพร (2556) ได้ศึกษาเรื่อง

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดนัดชนบุรี พบว่า ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายในการเดินเลือกซื้อสินค้า พื้นที่จอดรถควรมีการจัดสรรพื้นที่จอดรถให้มีประสิทธิภาพ ห้องน้ำควรสวยงามและสะอาดถูกสุขลักษณะ ในส่วนสุดท้ายในการจัดตั้งตลาดนัดไม่ควรจะสร้างเป็นตัวตลาดสวยงามขึ้นมา ควรจะทำตลาดนัดที่ไม่มีหลังคาขึ้นมาก่อน เนื่องจากผู้บริโภคจะเข้ามาเดินได้ง่ายกว่าและจะคิดว่าสินค้านั้นมีราคาไม่แพง ประกอบกับเป็นการลดความเสี่ยงในกรณีที่เกิดตลาดนัดนั้นไม่ได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

1. ผลจากการวิจัยครั้งนี้จะเห็นได้ว่า ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ทำให้ทราบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดนัดส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จึงควรมุ่งเน้นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพสตรี และผู้ที่มาเดินตลาดนัดส่วนใหญ่เป็นวัยกลางคน จึงควรมุ่งเน้นสินค้าในระดับวัยกลางคนให้มาก

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยในจังหวัดจันทบุรี ดังนั้นผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าต่อไป ควรขยายกลุ่มเป้าหมาย โดยจำแนกตามลักษณะภูมิศาสตร์ให้มีการกระจายไปสู่กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุม หรือศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มประชากรที่อยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างออกไป

2. ควรศึกษาถึงความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ก่อน เนื่องจากตลาดนัดแต่ละที่ก็จะมี ความแตกต่างกัน ทั้งในด้านลักษณะภูมิศาสตร์ และประชากรศาสตร์

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.(2558).ข่าวอุตสาหกรรม(online) เข้าถึงได้ที่

<http://www.dip.go.th>

กรมสรรพากร.(2558).ระบบภาษี(online) เข้าถึงได้ที่ <http://www.rd.go.th/publish/>)

เกียรติสุดา ศรีสุขม. (2552).ระเบียบวิธีวิจัย: โรงพิมพ์ครองช่าง

ทัศนาศ หงส์มา. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อใน

ตลาดนัด, สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยราชพฤกษ์

ธงชัย สันติวงษ์. (2558).องค์การและการบริหาร: ไทยวัฒนาพานิช

ปราณี ต้นประยูร. (2553). การบริหารจัดการตลาดนัดมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา,

สาขาวิชาการจัดการ , คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

พสุ เดชะรินทร์ และ พัศตร์ผจง วัฒนสินธุ์.(2545) . การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ.

(พิมพ์ครั้งที่ 4) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พสุ เดชะรินทร์ . (2546) . กลยุทธ์ใหม่ในการจัดการ, กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ

พุทธชาติ อินทร์บำรุง. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายใน

ตลาดนัดชนบุรี, สาขาวิชาการประกอบการวิทยานิพนธ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย

ศิลปากร

เรณู แสงอาวุธ.(2553).พฤติกรรมการใช้บริการตลาดนัดของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด

สุราษฎร์ธานี, สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ลาวัลย์ เวชอภิกุล. (2551). พฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชคจังหวัดเชียงใหม่ , สาขา

บริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วารยา จันท์หอม.(2555). ทักษะคิดและพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่มีต่อตลาดนัด

ในจังหวัดพิจิตร, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

มหาวิทยาลัยนเรศวร

วิไล เพิ่มศรีเดช. (2549). ทักษะคิดทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

สินค้าที่ตลาดนัดข้างธนาคารกรุงเทพ สาขานนทบุรี โภชา เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร, สาขาวิชาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรี
นครินทรวิโรฒ

ศลิษา ภมรสติชัย. (2551). การจัดการดำเนินงาน. (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์ท็อป
สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2558). *ปัจจัยสู่ความสำเร็จ(online)* เข้าถึงได้จาก

http://www.oie.go.th/industry_stat/show_industry_stat.asp

สุวิมล ปิยะสุจริตพร. (2556). *พฤติกรรมการค้าสินค้าในตลาดนัดชนบุรี*, สาขาการจัดการ
การตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

เสีร์รัตน์และคณะ. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2541). *หลักการตลาด* : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อนุศักดิ์ อุดแจ่ม. (2547). *ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อตลาดนัดในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน*, สาขา
บริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Philip Kotler. (2003), *Marketing Management*, New Jersey , Pearson Education, Inc.

Philip Kotler and Kevin Lane Keller .(2003). *Marketing Management*(13th), New Jersey , Pearson
Education, Inc.

Wikipedia. (2558). *ความหมายของตลาดนัด(online)* เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org/>

Wikipedia. (2558). *ประเภทของตลาดนัด(online)* เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org/>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

สรุปผลการทดสอบ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
IOC ของแบบสอบถามการวิจัยคุณภาพ

สรุปผลการทดสอบ IOC เชิงคุณภาพ

ค่าคะแนน +1 หมายถึง สอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจ

1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-objective congruence: IOC) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่า IOC คือ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 – 1.00 ถือว่าเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้ แต่สำหรับข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดออก

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัด

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ คำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
	ดร.ศรัณยา เลิศพุ่มรักษ์	ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ	ดร.สุชนัน เมธิโยธิน	รวม	ผลรวม IOC
1.1. เพศ หญิง ชาย	1	1	1	3	1
1.2 อายุ ปี	1	1	1	3	1
1.3 สถานภาพ ..โสด.. สมรส.. หย่าร้าง	1	1	1	3	1
1.4 อาชีพ.....	1	1	1	3	1
1.5 ประสบการณ์.....ปี	1	1	1	3	1

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจในการตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
	ดร.ศรัณยา เลิศฤทธิ์รักษ์	ดร.รัชต์ ตรีศิริโชติ	ดร.สุชนัน เมธิโยธิน	รวม	ผลรวม IOC
2.1 ท่านมีการบริหารงานอย่างไร เพื่อให้มีจำนวนร้านค้าในตลาดนัด อย่างเพียงพอ	1	1	1	3	1
2.2 ราคาเช่าแผงคือเท่าไร และ มีการขึ้นราคาเป็นช่วงหรือไม่	1	1	1	3	1
2.3 สถานที่ตั้งของตลาดนัดควรจะ มีทำเลเช่นไร	1	1	1	3	1
2.4 การทำตลาดนัดมีการทำ Promotion อย่างไรบ้าง	1	1	1	3	1
2.5 สถานที่ของตลาดนัดควร จะต้องคำนึงถึงประเด็นใดบ้าง เช่น ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน เป็นต้น	1	1	1	3	1
2.6 มีการคัดเลือกแม่ค้า พ่อค้าที่จะ มาขายของในตลาดนัดหรือไม่ ในเรื่องของการให้บริการ และ ในเรื่องของการซื้อสัตย์ในการขาย	1	1	1	3	1
2.7 จำนวนเงินลงทุนที่ต้องใช้ในการ การสร้างตลาดนัดมีจำนวน เท่าไร แบ่งเป็นค่าอะไรบ้าง	1	1	1	3	1
2.8 การเมืองมีผลต่อการจัดตั้ง ตลาดนัดหรือมีผลกระทบอย่างไร บ้างต่อตลาดนัด	1	1	1	3	1

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
	ดร.ศรัณยา เลิศบุษกรักษ์	ดร.รัชต์ ตรีศิริโชติ	ดร.สุชนี เมธิโยธิน	รวม	ผลรวม IOC
2.9 ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความสำคัญในการตั้งตลาดนัดให้ประสบความสำเร็จ คืออะไรบ้าง	1	1	1	3	1
2.10 สภาพเศรษฐกิจตอนไหนเหมาะแก่การจัดตั้งตลาดนัดมากที่สุด	1	1	1	3	1

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ สำหรับ พ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
	ดร.ศรัณยา เลิศบุษกรักษ์	ดร.รัชต์ ตรีศิริโชติ	ดร.สุชนี เมธิโยธิน	รวม	ผลรวม IOC
1.1 เพศ หญิง ชาย	1	1	1	3	1
1.2 อายุ ปี	1	1	1	3	1
1.3 สถานภาพ ..โสด.. สมรส.. หย่าร้าง	1	1	1	3	1
1.4 อาชีพ.....	1	1	1	3	1
1.5 ประสบการณ์.....ปี	1	1	1	3	1

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจในการตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
	ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์	ดร.ธีทัต ศิริศิริโชติ	ดร.สุชนันี เมธิโยธิน	รวม	ผลรวม IOC
2.1 ที่ตั้งของตลาดนัดที่ดีควรเป็นอย่างไร	1	1	1	3	1
2.2 ราคาเช่าแผงควรมีราคาเท่าไรต่อวัน	1	1	1	3	1
2.3 จำนวนแม่ค้าอย่างน้อยในการจัดตั้งตลาดนัด และสินค้าใดที่ควรนำมาวางขายในตลาดนัด ท่านพิจารณาอย่างไรในการเลือก	1	1	1	3	1
2.4 ควรใช้วิธีใดในการจูงใจคนเข้ามาเดินในตลาดนัด	1	1	1	3	1
2.5 สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องมีการบริหารจัดการอย่างไรบ้าง เช่น ความสะอาดที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน เป็นต้น	1	1	1	3	1
2.6 เหตุผลใดที่ทำให้ท่านอยากมาขายสินค้าในตลาดนัดที่จัดตั้งขึ้นใหม่	1	1	1	3	1
2.7 ท่านคิดว่าพฤติกรรมและคุณลักษณะของคนที่มาซื้อของในตลาดนัดเป็นอย่างไร และพฤติกรรมและคุณลักษณะดังกล่าวส่งผลต่อการขายสินค้าของท่านอย่างไร	1	1	1	3	1
2.8 ประเด็นใดมีความสำคัญในการตั้งตลาดนัดให้ประสบความสำเร็จ	1	1	1	3	1

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ สำหรับ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
	ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์	ดร.วิฑูรย์ ศรีศิริโชติ	ดร.สุชนัน เมธิโยธิน	รวม	ผลรวม IOC
1.1. เพศ ... หญิง ... ชาย	1	1	1	3	1
1.2 อายุ ปี	1	1	1	3	1
1.3 การศึกษา	1	1	1	3	1
1.4 รายได้ บาท/ เดือน	1	1	1	3	1
1.5 จำนวนสมาชิกในครอบครัวคน	1	1	1	3	1
1.6 ระยะทางระหว่างบ้านและตลาดนัดที่ ท่านใช้บริการเป็นประจำ..... กม.	1	1	1	3	1

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจในการตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
	ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์	ดร.สิทิ์ถ์ ศิริศิริโชติ	ดร.สุชนัน เมธิโยธิน	รวม	ผลรวม IOC
2.1 ที่ตั้งของตลาดนัดที่ดีควรเป็น อย่างไร	1	1	1	3	1
2.2 จำนวนร้านค้าอย่างน้อยที่ต้องมีใน ตลาดนัด และสินค้าใดที่จำเป็นต้องมี บ้าง	1	1	1	3	1
2.3 ท่านรู้จักตลาดนัดที่ท่านไปใช้ บริการเป็นประจำได้อย่างไร	1	1	1	3	1
2.4 ปัจจัยใดที่มีผลทำให้ท่านอยากไป เลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดที่ตั้งขึ้นใหม่	1	1	1	3	1
2.5 ในด้านของการให้บริการของแม่ค้า ท่านคำนึงถึงเรื่องใดมากที่สุด	1	1	1	3	1
2.6 ประเด็นใดมีความสำคัญที่ทำให้ ท่านต้องการไปซื้อสินค้าในตลาดนัด	1	1	1	3	1
2.7 สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้อง คำนึงถึงประเด็นใดบ้าง เช่น ความ สะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน เป็น ต้น	1	1	1	3	1
2.8 ท่านคิดว่าปัจจัยที่จะชักจูงให้ลูกค้า ไปใช้บริการในการจัดตั้งตลาดนัดคือ อะไร	1	1	1	3	1

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

วัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์การศึกษาถึงกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อทำการสอบถามจาก 3 ฝ่าย คือ 1) เจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัด 2) พ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด 3) ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ

ผู้วิจัยได้กำหนดแบบสัมภาษณ์ไว้ เป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จในการตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

แบบสัมภาษณ์สำหรับเจ้าของตลาดนัด และผู้บริหารงานตลาดนัด

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1. เพศ 1. หญิง 2. ชาย

1.2 อายุ ปี

1.3 สถานภาพ โสด สมรส หย่าร้าง

1.4 อาชีพ.....

1.5 ประสบการณ์.....ปี

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจในการตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี

1. ท่านมีการบริหารงานอย่างไรเพื่อให้มีจำนวนร้านค้าในตลาดนัดอย่างเพียงพอ

.....
.....

2. ราคาเช่าแผงคือเท่าไร และมีการขึ้นราคาเป็นช่วงหรือไม่

.....
.....

3. สถานที่ตั้งของตลาดนัดควรมีทำเลเช่นไร

.....
.....

4. การทำตลาดนัดมีการทำ Promotion อย่างไรบ้าง

.....

5. สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องคำนึงถึงประเด็นใดบ้าง เช่น ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ
 ทางเดิน เป็นต้น

.....

6. มีการคัดเลือกแม่ค้า พ่อค้าที่จะมาขายของในตลาดนัดหรือไม่ ในเรื่องของการให้บริการ และใน
 เรื่องของการซื้อสัตย์ในการขาย

.....

7. จำนวนเงินลงทุนที่ต้องใช้ในการสร้างตลาดนัดมีจำนวนเท่าไร แบ่งเป็นค่าอะไรบ้าง

.....

8. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความสำคัญในการตั้งตลาดนัดให้ประสบความสำเร็จ คืออะไรบ้าง

.....

9. การเมืองมีผลต่อการจัดตั้งตลาดนัดหรือมีผลกระทบอย่างไรบ้างต่อตลาดนัด

.....

10. สภาพเศรษฐกิจตอนไหนเหมาะแก่การจัดตั้งตลาดนัดมากที่สุด เพราะอะไร

.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

ขอขอบคุณอย่างสูง
 นายพิทักษ์ สุหฤตดำรง

แบบสัมภาษณ์ สำหรับ พ่อค้า-แม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาดนัด

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ 1. หญิง 2. ชาย

1.2 อายุ ปี

1.3 สถานภาพ โสด สมรส หย่าร้าง

1.4 อาชีพ.....

1.5 ประสบการณ์.....ปี

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี

1. ที่ตั้งของตลาดนัดที่ดีควรเป็นอย่างไร

.....

.....

2. ราคาเช่าแผงควรมีราคาเท่าไรต่อวัน

.....

.....

3. จำนวนแม่ค้าอย่างน้อยในการจัดตั้งตลาดนัด และสินค้าใดที่ควรนำมาวางขายในตลาดนัด ท่านพิจารณาอย่างไรในการเลือก

.....

.....

4. ควรใช้วิธีใดในการจูงใจคนเข้ามาเดินในตลาดนัด

.....

.....

5. สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องมีการบริหารจัดการอย่างไรบ้าง เช่น ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ ทางเดิน เป็นต้น

.....

.....

6. ท่านคิดว่าพฤติกรรมและคุณลักษณะของคนที่มาซื้อของในตลาดนัดเป็นอย่างไร และพฤติกรรมและคุณลักษณะดังกล่าวส่งผลต่อการขายสินค้าของท่านอย่างไร

.....

.....

7. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านอยากมาขายสินค้าในตลาดนัดที่จัดตั้งขึ้นใหม่

.....

.....

8. ประเด็นใดมีความสำคัญในการตั้งตลาดนัดให้ประสบความสำเร็จ

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณอย่างสูง
นายพิทักษ์ สุหฤทธดำรง

แบบสัมภาษณ์ สำหรับ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในตลาดนัดเป็นประจำ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1.1. เพศ 1. หญิง 2. ชาย
- 1.2 อายุ ปี
- 1.3 การศึกษา
1. มัธยมต้น
2. มัธยมปลาย /ปวช.
3. ปวส./ อนุปริญญา
4. ปริญญาตรี
5. สูงกว่าปริญญาตรี (ระบุ).....
6. อื่น ๆ (ระบุ).....
- 1.4 รายได้ บาท/ เดือน
- 1.5 จำนวนสมาชิกในครอบครัวคน
- 1.6 ระยะทางระหว่างบ้านและตลาดนัดที่ท่านใช้บริการเป็นประจำ..... กม.

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จในการตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี

1. ที่ตั้งของตลาดนัดที่ดีควรเป็นอย่างไร

.....

.....

2. จำนวนร้านค้าอย่างน้อยที่ต้องมีในตลาดนัด และสินค้าใดที่จำเป็นต้องมีบ้าง

.....

.....

3. ท่านรู้จักตลาดนัดที่ท่านไปใช้บริการเป็นประจำได้อย่างไร

.....

.....

4. ปัจจัยใดที่มีผลทำให้ท่านอยากไปเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดที่ตั้งขึ้นใหม่

.....

.....

5. สถานที่ของตลาดนัดควรจะต้องคำนึงถึงประเด็นใดบ้าง เช่น ความสะอาด ที่จอดรถ ห้องน้ำ
ทางเดิน เป็นต้น

.....
.....

6. ในด้านของการให้บริการของแม่ค้า ท่านคำนึงถึงเรื่องใดมากที่สุด

.....
.....

7. ประเด็นใดมีความสำคัญที่ทำให้ท่านต้องการไปซื้อสินค้าในตลาดนัด

.....
.....

8. ท่านคิดว่าปัจจัยที่จะชักจูงให้ลูกค้าไปใช้บริการในการจัดตั้งตลาดนัดคืออะไร

.....
.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....
.....
.....
.....

ขอขอบคุณอย่างสูง
นายพิทักษ์ สุहतดำรง

ภาคผนวก ค

ระบบภาษี

ระบบภาษีตลาดนัด

ระบบภาษีตลาดนัดจะขึ้นอยู่กับภาระจดทะเบียนว่า เป็นรูปแบบบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ก็จะมีการเสียภาษีที่ต่างกัน ดังนี้

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไป หรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษ ตามที่กฎหมายกำหนด และมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใด ๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการตนเองตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงมีนาคมของปีถัดไป สำหรับผู้มีเงินได้บางกรณี กฎหมายยังกำหนดให้ยื่นแบบฯ เสียภาษีตอนครึ่งปี สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระและเงินได้บางกรณี กฎหมายกำหนดให้ผู้จ่ายทำหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่ายจากเงินได้ที่จ่ายบางส่วน เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้นอีกด้วย (กรมสรรพกร, พ.ศ.2558, <http://www.rd.go.th/publish/>)

เมื่อมีเงินได้เกิดขึ้นแล้วผู้มีหน้าที่เสียภาษีจะต้องทำอะไรบ้าง ขอมิเลขและบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีภายใน 60 วัน นับแต่วันที่มีเงินได้เกิดขึ้น ผู้มีเงินได้ที่มิภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร อาจยื่นคำร้อง ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทั้ง 16 แห่ง หรือสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา (อำเภอ) ทุกแห่ง สำหรับในต่างจังหวัดยื่นคำขอได้ที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่ (จังหวัด) และสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา (อำเภอ) ทุกแห่ง กรณียื่นแบบแสดงรายการปกติปีละ 1 ครั้ง เงินได้ของปีใดก็ยื่นแบบฯ ภายในวันที่ 31 มีนาคม ของปีถัดไป เว้นแต่เงินได้บางลักษณะ เช่น การให้เช่าทรัพย์สิน เงินได้จากวิชาชีพอิสระ เงินจากการรับเหมา เงินได้จากธุรกิจการพาณิชย์ เป็นต้น จะต้องยื่นแบบฯ ตอนกลางปี สำหรับเงินได้ที่เกิดขึ้นใน 6 เดือนแรก ภายในเดือนกันยายนของปีนั้น ก่อนการยื่นภาษีประจำปีตามปกติ

เงินได้อะไรบ้างที่ต้องเสียภาษี

ตามกฎหมาย เงินได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เรียกว่า "เงินได้พึงประเมิน" หมายถึง เงินได้ของบุคคลใดๆ หรือหน่วยภาษีใดข้างต้นที่เกิดขึ้นระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง วันที่ 31 ธันวาคม ของปีใดๆ หรือเงินได้ ที่เกิดขึ้นในปีภาษี ได้แก่

เงิน

- ทรัพย์สินซึ่งอาจคิดคำนวณได้เป็นเงิน ที่ได้รับจริงที่ได้รับจริง
- ประโยชน์ซึ่งอาจคิดคำนวณได้เป็นเงิน (เกณฑ์เงินสด)
- เงินค่าภาษีอากรที่ผู้จ่ายเงินหรือผู้อื่นออกแทนให้
- เครดิตภาษีตามที่กฎหมายกำหนด

เงินได้อันเป็นเหตุให้ต้องนำไปรวมคำนวณภาษีมาจากแหล่งใดบ้าง

แหล่งที่มาของเงินได้ ซึ่งแบ่งเป็นเงินได้จากแหล่งในประเทศและนอกประเทศ เงินได้จากแหล่งต่างๆ นี้จะต้องนำไปรวมคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาหรือไม่ ให้พิจารณา ดังนี้

1. เงินได้เกิดจากแหล่งในประเทศ หมายถึง เงินได้ที่เกิดขึ้น หรือเป็นผลสืบเนื่องจากมีหน้าที่งานที่ทำในประเทศไทย หรือกิจการที่ทำในประเทศไทย หรือกิจการของนายจ้างในประเทศไทย หรือ ทรัพย์สินที่อยู่ในประเทศไทย (ดอกเบี้ย เงินปันผล ค่าเช่า ฯลฯ)

2. เงินได้เกิดจากแหล่งนอกประเทศไทย หมายถึง เงินได้ที่เกิดขึ้นหรือเป็นผลสืบเนื่องจากมีหน้าที่งานที่ทำในต่างประเทศ หรือกิจการที่ทำในต่างประเทศ หรือทรัพย์สินที่อยู่ในต่างประเทศ เงื่อนไข ผู้มีเงินได้เกิดจากแหล่งนอกประเทศในปีภาษีที่ล่วงมาแล้วจะต้องเสียภาษีเงินได้ในประเทศไทยก็ต่อเมื่อเข้าองค์ประกอบทั้ง 2 ประการ ดังต่อไปนี้ (1) ผู้มีเงินได้เป็น ผู้อยู่ในประเทศไทย ในปีภาษีนั้นชั่วระยะเวลาหนึ่งหรือหลายระยะเวลา รวมทั้งหมดถึง 180 วัน และ (2) ผู้มีเงินได้ นำเงินได้นั้นเข้ามาในประเทศไทยในปีภาษีนั้นด้วย

ในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาบางกรณี ถ้าเกี่ยวข้องกับบุคคลของบางประเทศที่มีอนุสัญญาภาษีซ้อน* หรือความตกลงเพื่อป้องกันการเก็บภาษีซ้ำซ้อนกับประเทศไทย จำเป็นต้องพิจารณาถึงความตกลงหรืออนุสัญญาว่าด้วยการเว้นการเก็บภาษีซ้อนระหว่างประเทศไทยได้ทำ ความตกลงไว้ด้วย โดยมีวิธีการคำนวณภาษีเพื่อชำระค่าภาษี ดังนี้

เนื่องจากผู้มีเงินได้ประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีความยากง่ายหรือต้นทุนที่แตกต่างกัน เพื่อความเป็นธรรม ในกฎหมายจึงได้แบ่งลักษณะเงินได้(พึงประเมิน) ออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามความเหมาะสมเพื่อกำหนด วิธีคำนวณภาษีให้เกิดความเป็นธรรมมากที่สุด ดังนี้

เงินได้ประเภทที่ 1 ได้แก่ เงินได้เนื่องจากการจ้างแรงงาน ไม่ว่าจะเป็น เงินเดือน ค่าจ้าง เบี้ยเลี้ยง โบนัส เบี้ยหวัด บำเหน็จ บำนาญ เงินค่าเช่าบ้านที่ได้รับจากนายจ้าง เงินที่คำนวณได้จากมูลค่าของการได้อยู่บ้าน ซึ่งนายจ้างให้อยู่โดยไม่เสียค่าเช่า เงินที่นายจ้างจ่ายชำระหนี้ใด ๆ ซึ่งลูกจ้างมีหน้าที่ต้องชำระ เงิน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์ใด ๆ บรรดาที่ได้เนื่องจากการจ้างแรงงาน เช่น มูลค่าของการได้รับประทานอาหาร เป็นต้น

เงินได้ประเภทที่ 2 ได้แก่ เงินได้เนื่องจากหน้าที่หรือตำแหน่งงานที่ทำ หรือจากการรับทำงานให้ ไม่ว่าจะเป็นค่าธรรมเนียม ค่านายหน้า ค่าส่วนลด เงินอุดหนุนในงานที่ทำ เบี้ยประชุม บำเหน็จ โบนัส เงินค่าเช่าบ้านที่ได้รับเนื่องจากหน้าที่หรือตำแหน่งงานที่ทำ หรือจากการรับทำงานให้ เงินที่คำนวณได้จากมูลค่าของการได้อยู่บ้าน ที่ผู้จ่ายเงินได้ให้อยู่โดยไม่เสียค่าเช่า เงินที่ผู้จ่ายเงินได้จ่ายชำระหนี้ใด ๆ ซึ่งผู้มีเงินได้มีหน้าที่ต้องชำระ เงิน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์ใด ๆ

บรรดาที่ได้เนื่องจากหน้าที่หรือตำแหน่งงานที่ทำ หรือจากการรับทำงานให้ นั้น ไม่ว่าจะหน้าที่หรือตำแหน่งงาน หรืองานที่รับทำให้นั้นจะเป็นการประจำหรือชั่วคราว

เงินได้ประเภทที่ 3 ได้แก่ ค่าแห่งคู่วิวสั ค่าแห่งลิขสิทธิ์หรือสิทธิอย่างอื่น เงินปี หรือเงินได้ที่มีลักษณะ เป็นเงินรายปีอันได้มาจากพินัยกรรม นิติกรรมอย่างอื่น หรือคำพิพากษาของศาล

4. เงินได้ประเภทที่ 4 ได้แก่ ดอกเบี้ย เงินปันผล เงินส่วนแบ่งกำไร เงินลดทุน เงินเพิ่มทุน ผลประโยชน์ที่ได้จากการโอนหุ้น ฯลฯ เป็นต้น

(ก) ดอกเบี้ยพันธบัตร ดอกเบี้ยเงินฝาก ดอกเบี้ยหุ้นกู้ ดอกเบี้ยตัวเงิน ดอกเบี้ยเงินกู้ยืม ไม่ว่าจะ มีหลักประกันหรือไม่ ดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่อยู่ในบังคับต้องถูกหักภาษีไว้ ณ ที่จ่าย ตามกฎหมายว่าด้วยภาษีเงิน ได้ปีใดที่เสียเฉพาะส่วนที่เหลือจากถูกหักภาษีไว้ ณ ที่จ่าย ตามกฎหมายดังกล่าว หรือผลต่างระหว่างราคาไถ่ถอน กับราคาจำหน่ายตัวเงินหรือตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่บริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือนิติบุคคลอื่น เป็นผู้ออกและจำหน่ายครั้งแรกในราคาต่ำกว่าราคาไถ่ถอน รวมทั้งเงินได้ที่มีลักษณะทำนองเดียวกันกับดอกเบี้ย ผลประโยชน์หรือค่าตอบแทนอื่น ๆ ที่ได้จากการให้กู้ยืมหรือจากสิทธิเรียกร้องในหนี้ทุกชนิดไม่ว่าจะมีหลักประกันหรือไม่ก็ตาม

(ข) เงินปันผล เงินส่วนแบ่งของกำไร หรือประโยชน์อื่นใดที่ได้จากบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล กองทุนรวม หรือสถาบันการเงินที่มีกฎหมายไทยให้จัดตั้งขึ้น โดยเฉพาะสำหรับให้กู้ยืมเงิน ฯลฯ

(ค) เงิน โบนัสที่จ่ายแก่ผู้ถือหุ้น หรือผู้เป็นหุ้นส่วนในบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล

(ง) เงินลดทุนของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลเฉพาะส่วนที่จ่ายไม่เกินกว่ากำไรและเงินที่กักรวบรวมกัน

(จ) เงินเพิ่มทุนของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งตั้งจากกำไรที่ได้มาหรือรับช่วงกันไว้รวมกัน

(ฉ) ผลประโยชน์ที่ได้จากการที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลควบเข้ากันหรือรับช่วงกันหรือ เลิกกัน ซึ่งตราความเป็นเงินได้เกินกว่าเงินทุน

(ช) ผลประโยชน์ที่ได้จากการ โอนการเป็นหุ้นส่วนหรือ โอนหุ้น หุ้นกู้ พันธบัตร หรือตัวเงิน หรือ ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ ที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือนิติบุคคลอื่นเป็นผู้ออก ทั้งนี้เฉพาะซึ่งตราความเป็นเงิน ได้เกินกว่าที่ลงทุน

เงินได้ประเภทที่ 4 ในหลาย ๆ กรณี กฎหมายให้สิทธิที่จะเลือกเสียภาษีโดยวิธีหักภาษี ณ ที่จ่าย แทนการนำไปรวมคำนวณกับเงินได้อื่นตามหลักทั่วไป ซึ่งจะให้ผู้มีเงินได้ที่ต้องเสียภาษีตามบัญชีอัตราภาษี ในอัตราที่สูงกว่าอัตราภาษี หัก ณ ที่จ่าย สามารถประหยัดภาษีได้

เงินได้ประเภทที่ 5 เงินได้จากการให้เช่าทรัพย์สิน เงินหรือประโยชน์อย่างอื่น ที่ได้เนื่องจากการให้เช่าทรัพย์สิน การผลิตสัญญาเช่าซื้อทรัพย์สิน การผลิตสัญญาซื้อขายเงินผ่อนซึ่งผู้ขายได้รับคืนทรัพย์สินที่ซื้อขายนั้นโดยไม่ต้องคืนเงินหรือประโยชน์ที่ได้รับไว้แล้ว

เงินได้ประเภทที่ 6 ได้แก่ เงินได้จากวิชาชีพอิสระ คือ วิชากฎหมาย การประกอบโรคศิลป์ วิศวกรรม สถาปัตยกรรม การบัญชี ประณีตศิลปกรรม หรือวิชาชีพอื่นซึ่งจะได้มีพระราชกฤษฎีกากำหนดชนิดไว้

เงินได้ประเภทที่ 7 ได้แก่ เงินได้จากการรับเหมาที่ผู้รับเหมาต้องลงทุนด้วยการจัดหาสัมภาระ ในส่วนสำคัญนอกจากเครื่องมือ

เงินได้ประเภทที่ 8 ได้แก่ เงินได้จากการธุรกิจ การพาณิชย์ การเกษตร การอุตสาหกรรม การขนส่ง การขายอสังหาริมทรัพย์ หรือการอื่นนอกจากที่ระบุไว้ในประเภทที่ 1 ถึงประเภทที่ 7

เงินได้พึงประเมินอะไรบ้างที่ได้รับยกเว้นภาษี

เงินได้ที่ได้รับยกเว้นภาษี มีอยู่หลายกรณีที่สำคัญ ๆ ได้แก่ การยกเว้นตามมาตรา 42 แห่งประมวลรัษฎากร การยกเว้นตามกฎหมายกระทรวง ฉบับที่ 126 การยกเว้นตามพระราชกฤษฎีกา ฉบับต่าง ๆ เป็นต้น เงินได้ที่ได้รับยกเว้นภาษีมียังมีดังนี้

1. ค่าเบี้ยเลี้ยง หรือค่าพาหนะ ซึ่งลูกจ้างหรือผู้รับหน้าที่หรือตำแหน่งงาน หรือผู้รับทำงาน ให้ได้จ่ายไปโดยสุจริต ตามความจำเป็นเฉพาะในการที่ต้องปฏิบัติตามหน้าที่ของตน และได้จ่ายไปทั้งหมด ในการนั้น
2. ค่าพาหนะและเบี้ยเลี้ยงเดินทางตามอัตราที่รัฐบาลกำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยอัตราค่าพาหนะและเบี้ยเลี้ยงเดินทาง
3. เงินค่าเดินทางซึ่งนายจ้างจ่ายให้แก่ลูกจ้าง เฉพาะส่วนที่ลูกจ้างได้จ่ายทั้งหมดโดยจำเป็น เพื่อการเดินทางจากต่างถิ่นในการเข้ารับงานเป็นครั้งแรก หรือในการกลับถิ่นเดิมเมื่อการจ้างสิ้นสุดลงแล้ว แต่ข้อยกเว้นนี้มีให้รวมถึงเงินค่าเดินทางที่ลูกจ้างได้รับในการย้ายกลับถิ่นเดิม และในการเข้ารับงานของนายจ้างเดิมภายใน 365 วัน นับแต่วันที่การจ้างครั้งก่อนได้สิ้นสุดลง
4. ในกรณีที่นายจ้างและลูกจ้างได้ทำสัญญากัน โดยสุจริตก่อนใช้พระราชบัญญัติภาษีเงินได้ พุทธศักราช 2475 มีข้อกำหนดว่า นายจ้างจะชำระเงินบำเหน็จ เงินค่าธรรมเนียม เงินค่านายหน้า หรือเงินโบนัส ให้แก่ลูกจ้างเป็นจำนวนเดียวเมื่อการทำงานที่จ้างได้สิ้นสุดแล้ว แม้เงินเต็มจำนวนนั้นจะได้ชำระภายหลังที่ใช้ บทบัญญัติในส่วนนี้ก็ดี เงินบำเหน็จ เงินค่าธรรมเนียม เงินค่านายหน้า หรือเงินโบนัส ส่วนที่เป็นค่าจ้างแรงงาน อันได้ทำในเวลาก่อนใช้พระราชบัญญัติภาษีเงินได้ พุทธศักราช 2475 นั้น ไม่ต้องรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้

5. เงินเพิ่มพิเศษประจำตำแหน่ง และเงินค่าเช่าบ้าน หรือบ้านที่ให้อยู่โดยไม่ต้องเสียค่าเช่าสำหรับข้าราชการสถานทูต หรือสถานกงสุลไทยในต่างประเทศ
6. เงินที่ได้จากการขาย หรือส่วนลดจากการซื้ออาคารแสดมปีหรือแสดมปีไปรษณียากรของรัฐบาล
7. เบี้ยประชุมกรรมการหรือกรรมการ หรือค่าสอน ค่าสอบที่ทางราชการหรือสถานศึกษาของทางราชการจ่ายให้
8. ดอกเบี้ย ดอกเบี้ยที่ได้รับยกเว้นภาษี ได้แก่ ดอกเบี้ยดังต่อไปนี้
 - (1) ดอกเบี้ยสลากออมสิน หรือดอกเบี้ยเงินฝากออมสินของรัฐบาลเฉพาะประเภทฝากเพื่อเรียก
 - (2) ดอกเบี้ยเงินฝากประเภทออมทรัพย์ที่ได้รับจากสหกรณ์
 - (3) ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารในราชอาณาจักรที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถามประเภท ออมทรัพย์เฉพาะ กรณีที่ผู้มีเงินได้ได้รับดอกเบี้ยดังกล่าวในจำนวนรวมกันทั้งสิ้นไม่เกิน 10,000 บาท ตลอดปีภยานั้น ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขที่อธิบดี ประกาศ (มาตรา 42(8))
 - (4) ดอกเบี้ยเงินฝากที่เกิดจากการฝากเงินกับธนาคาร ในประเทศไทยและจากสหกรณ์ออมทรัพย์ตามกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์ในประเทศ เป็นรายเดือนติดต่อกันมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า 24 เดือน นับแต่วันที่ฝาก โดยมียอดเงินฝากแต่ละคราวเท่ากัน แต่ไม่เกิน 25,000 บาทต่อเดือน และรวมทั้งหมดแล้วต้องไม่เกิน 600,000 บาท
9. การขายสิ่งหามิทรัพย์อันเป็นมรดก หรือสิ่งหามิทรัพย์ ที่ได้มาโดยมิได้มุ่งในทางการค้าหรือหากำไร แต่ไม่รวมถึงเรือกำปั่น เรือที่มีระวางตั้งแต่ 6 ตันขึ้นไป เรือกลไฟหรือเรือยนต์ที่มีระวางตั้งแต่ 5 ตันขึ้นไป หรือแพ
10. เงินได้ที่ได้รับการอุปการะโดยหน้าที่ธรรมจรรยา เงินได้ที่รับจากการรับมรดก หรือจากการให้โดยเสน่หาเนื่องในพิธี หรือตามโอกาสแห่งขนบธรรมเนียมประเพณี
11. รางวัลเพื่อการศึกษาหรือค้นคว้าในวิทยาการ รางวัลสลากกินแบ่งหรือสลากออมสินของรัฐบาล รางวัลที่ทางราชการจ่ายให้ในการประกวดหรือแข่งขัน ซึ่งผู้รับมิได้มีอาชีพในการประกวดหรือแข่งขัน หรือสินบนรางวัลที่ทางราชการจ่ายให้เพื่อประโยชน์ในการปราบปรามการกระทำความผิด
12. บำนาญพิเศษ บำเหน็จพิเศษ บำนาญตกทอด หรือบำเหน็จตกทอด
13. ค่าสินไหมทดแทน เพื่อละเมิด เงินที่ได้จากการประกันภัยหรือการฌาปนกิจสงเคราะห์

14. เงินส่วนแบ่งกำไรจากห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคลที่มีชื่อนิติบุคคลซึ่งต้องเสียภาษี ตามบทบัญญัติในส่วนนี้ แต่ไม่รวมถึงเงินส่วนแบ่งของกำไรจากกองทุนรวม
15. เงินได้ของชาวต่างชาติได้จากการขายข้าว อันเกิดจากกิจกรรมที่ตน และหรือ ครอบครัวได้ทำเอง
16. เงินได้ที่ได้รับจากกองมรดกซึ่งได้เสียภาษีเงินได้ไว้ในนามของกองมรดกแล้ว
17. รางวัลสลากบำรุงกาชาดไทย เงินได้จากการขายหรือส่วนลดจากการซื้อสลากบำรุงกาชาดไทย
18. ดอกเบี้ยที่ได้รับจากการคืนเงินภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร
19. เงินได้ที่เป็นเงินปันผลหรือเงินเฉลี่ยคืนที่สหกรณ์จ่ายให้แก่สมาชิก
20. เงินปันผลที่ได้จากบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ประกอบการขนส่งทางทะเล และถือกรรมสิทธิ์เรือไทย หรือที่ประกอบกิจการอู่เรือที่ได้รับสิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการพาณิชย์นาวิ พ.ศ. 2521 ซึ่งจะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ก็ต่อเมื่อได้ตราเป็นพระราชกฤษฎีกาตามประมวลรัษฎากรแล้ว
21. เงินได้จากการขายหน่วยลงทุนในกองทุนรวม
22. เงินได้ของกองทุนรวม
23. เงินประโยชน์ทดแทนที่ผู้ประกันตน ได้รับจากกองทุนประกันสังคมตามกฎหมายว่าด้วยการประกันสังคม
24. เงินได้จากกิจการ โรงเรียนราษฎร์ (โรงเรียนเอกชน) แต่ไม่รวมถึงเงินได้จากการขายของ การรับจ้างทำของหรือการให้บริการอื่นใดที่โรงเรียนราษฎร์ ซึ่งเป็น โรงเรียนอาชีวศึกษาได้รับจากผู้ซึ่งมิใช่ นักเรียน
25. เงินได้จากการจำหน่ายหรือส่วนลดจากการจำหน่ายสลากกินแบ่งของรัฐบาล
26. เงินได้ส่วนที่เป็นค่าจ้างการทำงานในระหว่างเวลาปิดภาคการศึกษาของคนต่างด้าว ซึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษา หรือนิสิตที่เข้ามาศึกษา ณ สถานศึกษาในประเทศไทย ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามหลักด้อยที่ด้อยปฏิบัติต่อกัน
27. เงินได้ส่วนที่เป็นค่ารักษาพยาบาล
28. เงินได้ที่ทางราชการจ่ายให้เป็นเงินค่าเช่าบ้าน หรือเงินที่คำนวณได้จากมูลค่าของการได้อยู่บ้านที่ให้อยู่โดยไม่เสียค่าเช่า เงินช่วยการศึกษาบุตร เงินช่วยเหลือบุตร เงินค่าเบี้ยกันดาร เงินยังชีพ หรือเงินค่าอาหารทำกรนอกเวลา
29. เงินค่าเช่าบ้านที่ได้รับจากรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลเท่าที่ผู้มี เงิน ได้ได้จ่ายไปโดยสุจริตตามความเป็นจริง หรือเงินที่คำนวณได้จากมูลค่าของการได้อยู่บ้านที่

รัฐวิสาหกิจดังกล่าวให้อยู่โดยไม่ต้องเสียค่าเช่า และรัฐวิสาหกิจผู้จ่ายเงินมิได้ออกค่าภาษีเงินได้ สำหรับเงินได้จำนวนดังกล่าวให้

30. เงินช่วยการศึกษาบุตร เงินช่วยเหลือบุตร เงินค่าเบี้ยกันดารหรือเงินยงชีพที่ได้รับจากรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีใช้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลในอัตราเดียวกับที่ทางราชการให้แก่ข้าราชการ และรัฐวิสาหกิจผู้จ่ายเงินมิได้ออกค่าภาษีเงินได้จำนวนดังกล่าวให้

31. รางวัลที่ทางราชการจ่ายให้เพื่อประโยชน์ในการป้องกันมิให้มีการกระทำความผิดเกี่ยวกับภาษีอากร

32. ดอกเบี้ยเงินสะสมที่ได้รับจากรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีใช้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลในอัตราเดียวกับที่ทางราชการจ่ายให้แก่ข้าราชการและรัฐวิสาหกิจผู้จ่ายเงินมิได้ออกค่าภาษีเงินได้จำนวนดังกล่าวให้

33. เงินได้ที่เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลต่างประเทศ ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ในประเทศไทยได้รับจากรัฐบาลของตน ทั้งนี้ โดยให้เป็นไปตามหลักกติกายกเว้นภาษีปฏิบัติต่อกัน

34. เงินได้ส่วนที่เป็นเงินเดือนและเงินใด ๆ บรรดาที่ได้เนื่องจากหน้าที่หรือตำแหน่งงานที่ทำหรือจากการรับทำงานให้ที่คนต่างด้าว ซึ่งเป็นผู้แทนของคณะกรรมการกาชาดระหว่างประเทศ ปฏิบัติหน้าที่ในประเทศไทยได้รับจากคณะกรรมการกาชาดระหว่างประเทศ

35. ดอกเบี้ยเงินฝากสหกรณ์เฉพาะเงินฝากที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถามประเภทออมทรัพย์ ซึ่งใช้สมุดคู่ฝากในการฝากถอน

36. เงินได้ที่ทางราชการจ่ายให้เพื่อประโยชน์ในการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักรและกระทรวงการคลังได้อนุญาตให้เบิกจ่ายได้

37. เงินได้ส่วนที่เป็นเงินเดือนหรือค่าจ้างและเงินใด ๆ บรรดาที่ได้เนื่องจากหน้าที่หรือตำแหน่งงานที่ทำหรือจากการรับทำงานให้ที่คนต่างด้าวซึ่งไม่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทยได้รับจาก

(1) คณะกรรมการระหว่างรัฐบาลเกี่ยวกับการโยกย้ายถิ่นฐานในการปฏิบัติงาน ในประเทศไทย

(2) รัฐบาลแห่งประเทศของตนในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการช่วยเหลือผู้อพยพจากอินโดจีนในประเทศไทย

38. เงินได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์อันเป็นมรดกหรืออสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับจากการให้โดยเสนหาที่ตั้งอยู่นอกเขตกรุงเทพมหานคร เทศบาล สุขาภิบาล หรือเมืองพัทยา หรือการปกครองท้องถิ่นอื่นที่มีกฎหมายจัดตั้งขึ้น โดยเฉพาะ ทั้งนี้ เฉพาะเงินได้จากการขายในส่วนที่ไม่เกิน 200,000 บาท ตลอดปีภาษีนั้น

39. เงินได้จากการโอนกรรมสิทธิ์หรือสิทธิครอบครองในอสังหาริมทรัพย์ให้แก่บุตร โดยชอบด้วยกฎหมายของตน โดยไม่มีค่าตอบแทน บุตรชอบด้วยกฎหมายดังกล่าวไม่รวมถึงบุตรบุญธรรมด้วย
40. เงินได้จากการขายสินค้ายาสูบที่โรงงานยาสูบ กระทรวงการคลัง ได้เสียภาษีเงินได้แทน ผู้ขายสินค้าดังกล่าวทุกทอดตามมาตรา 48 ทวิ แห่งประมวลรัษฎากร
41. ดอกเบี้ยพันธบัตรขององค์การของรัฐบาลหรือสถาบันการเงินที่มีกฎหมายโดยเฉพาะของประเทศไทยจัดตั้งขึ้นสำหรับให้ยืมเงินเพื่อส่งเสริมเกษตรกรรม พาณิชยกรรม หรืออุตสาหกรรม ทั้งนี้ เฉพาะพันธบัตรที่จำหน่ายในต่างประเทศและผู้มีเงินได้พึงประเศนั้นมีได้เป็นผู้อยู่ในประเทศไทย
42. ดอกเบี้ยเงินฝากประเภทออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
43. เงินได้จากการขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แต่ไม่รวมถึงเงินได้จากการขายหลักทรัพย์ที่เป็นหุ้นกู้หรือพันธบัตร
44. เงินได้จากการขายโลหะดีบุกตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2531 สำหรับโลหะดีบุกที่ซื้อมาระหว่างวันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2530 ทั้งนี้ เฉพาะที่ไม่นำรายจ่ายในส่วนที่เกี่ยวกับกิจการซื้อและขายโลหะดีบุกดังกล่าวไปรวมคำนวณเป็นรายจ่ายในการคำนวณเงินได้สุทธิ
45. เงินปันผลหรือเงินส่วนแบ่งของกำไร แล้วแต่กรณีจากห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคล ที่มีใช้นิติบุคคลหรือจากบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ทั้งนี้ เฉพาะส่วนที่เป็นการคำนวณจากเงินได้จากการขายโลหะดีบุกตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2531 สำหรับโลหะดีบุกที่ซื้อระหว่างวันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2530 และรายจ่ายในส่วนที่เกี่ยวกับกิจการซื้อและขายโลหะดีบุกดังกล่าว
46. เงินได้จากการโอนกรรมสิทธิ์หรือสิทธิครอบครองในอสังหาริมทรัพย์ โดยไม่มีค่าตอบแทนให้แก่มูลนิธิพัฒนา
47. เงินได้จากการโอนกรรมสิทธิ์หรือสิทธิครอบครองในอสังหาริมทรัพย์ โดยไม่มีค่าตอบแทนให้แก่มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ
48. เงินค่าทดแทนตามกฎหมาย ว่าด้วยการเวนคืนอสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้ เฉพาะที่ดินที่ต้องเวนคืน และอสังหาริมทรัพย์อื่นบนที่ดินที่ต้องเวนคืน
49. เงินได้พึงประเมินดังต่อไปนี้

(1) ผลต่างระหว่างราคาไถ่ถอนกับราคาซื้อตั๋วเงินหรือตราสารแสดงสิทธิในหนี้ใด ๆ ที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือนิติบุคคลอื่นเป็นผู้ออกและมีการจำหน่ายครั้งแรกในราคาต่ำกว่าราคาไถ่ถอน แต่ไม่รวมถึงกรณีที่มีผู้มีเงินได้ซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นผู้ทรงคนแรก

(2) ผลประโยชน์ที่ได้จากการโอนตั๋วเงินหรือตราสารแสดงสิทธิในหนี้ใด ๆ ที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือนิติบุคคลอื่นเป็นผู้ออก ทั้งนี้ เฉพาะตั๋วเงินหรือตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่ไม่มีดอกเบี้ย

(3) ดอกเบี้ยที่ได้จากตั๋วเงินหรือตราสารแสดงสิทธิในหนี้ใด ๆ ที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือนิติบุคคลอื่นเป็นผู้ออก เฉพาะส่วนที่เกิดขึ้นก่อนการเป็นผู้ทรงตั๋วเงินหรือตราสารแสดงสิทธิในหนี้ของผู้มีเงินได้ ทั้งนี้ ต้องมีการหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่าย ตามมาตรา 50 (2) แห่งประมวลรัษฎากร จากดอกเบี้ยดังกล่าว ทั้งจำนวนไว้แล้ว

50. เงินได้ที่ผู้เชี่ยวชาญของประชาคมยุโรปที่เป็นคนต่างด้าวและไม่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทยได้รับเนื่องจากการเข้ามาทำงานในประเทศไทย ภายใต้โครงการความช่วยเหลือที่ประเทศไทยได้รับจากประชาคมยุโรป

51. เงินที่ได้จากการขายหน่วยลงทุนในกองทุนรวมที่จัดตั้งตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535

52. เงินได้ที่คณะกรรมการอำนวยการปรับปรุงพระที่นั่งจักรีมหาปราสาทได้รับเพื่อประโยชน์ในการสร้างพระที่นั่งองค์ใหม่ และปรับปรุงพระที่นั่งจักรีมหาปราสาท

53. เงินได้ที่คำนวณได้จากมูลค่าของเครื่องแบบซึ่งลูกจ้างได้รับจากนายจ้างในจำนวนคนละไม่เกินสองชุดต่อปี และเสื้อนอกในจำนวนคนละไม่เกินหนึ่งตัวต่อปี

54. เงินได้ที่ลูกจ้างจ่ายเป็นเงินสะสมเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในอัตราไม่เกินร้อยละ 15 ของค่าจ้างเฉพาะส่วนที่เกิน 10,000 บาท แต่ไม่เกิน 290,000 บาท สำหรับปีภาษีนั้น

55. เงินหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่ลูกจ้างได้รับจากกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เมื่อลูกจ้างออกจากงานเพราะเกษียณอายุ ทูพพลภาพ หรือตาย ดังนี้

(1) กรณีเกษียณอายุลูกจ้างผู้นั้นต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 55 ปีบริบูรณ์ และเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี หรือ

(2) กรณีทูพพลภาพ ต้องเป็นกรณีที่แพทย์ที่ทางราชการรับรองได้ตรวจ และแสดงความเห็นว่าลูกจ้างผู้นั้นไม่สามารถที่จะทำงานในตำแหน่งหน้าที่ซึ่งปฏิบัติอยู่นั้นต่อไป ไม่ว่าเหตุทูพพลภาพนั้นจะเกิดเนื่องจากการปฏิบัติงานให้แก่ นายจ้างหรือไม่ก็ตาม

(3) กรณีตาย ไม่ว่าจะการตายนั้นจะเกิดจากการปฏิบัติงานให้แก่นายจ้างหรือไม่

56. เงินปันผลหรือเงินส่วนแบ่งของกำไรจากบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ได้จากกิจการโรงเรียนเอกชนที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย ว่าด้วยโรงเรียนเอกชนหรือกิจการสถาบันอุดมศึกษา เอกชนที่ตั้งขึ้น ตามกฎหมายว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ทั้งนี้ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลดังกล่าวจะต้องมิได้ประกอบกิจการอื่นนอกจากกิจการ โรงเรียนเอกชนตามกฎหมาย ว่าด้วยโรงเรียนเอกชนหรือกิจการสถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามกฎหมาย ว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

57. ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารในราชอาณาจักรที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถามประเภท ออมทรัพย์ เฉพาะกรณีที่มีผู้เงินได้ได้รับดอกเบี้ยดังกล่าวในจำนวนรวมกันทั้งสิ้นไม่เกิน 20,000 บาทตลอดปีภาษีนั้น

58. เงินได้ส่วนที่เป็นเงินเดือนหรือค่าจ้างที่คนประจำเรือได้รับเนื่องจากการปฏิบัติงานบนเรือไทยตามกฎหมาย ว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวีที่ใช้ในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

59. เงินได้ที่คณะกรรมการบริหาร "ทุนการกุศลสมเด็จพระเทพฯ" ได้รับเพื่อประโยชน์ของการกุศลสมเด็จพระเทพฯ

60. เงินได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ ดังต่อไปนี้

- (1) บ้าน โรงเรียน หรือสิ่งปลูกสร้างอื่น ซึ่งโดยปกติใช้ประโยชน์เพื่อเป็นที่อยู่อาศัย
- (2) อสังหาริมทรัพย์ตาม (1) พร้อมที่ดิน
- (3) ห้องชุดสำหรับการอยู่อาศัยในอาคารชุดตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด

ทั้งนี้เฉพาะกรณีการทำสัญญาซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ตาม (1)-(3) ซึ่งผู้เงินได้ใช้เป็นที่อยู่อาศัยและมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านเป็นเวลา ไม่น้อยกว่า 1 ปี นับแต่วันที่ได้กรรมสิทธิ์ครอบครองในอสังหาริมทรัพย์นั้น

61. ผลประโยชน์ที่ได้จากการควบเข้ากันของธนาคารตามกฎหมาย ว่าด้วยการธนาคารพาณิชย์ และหรือบริษัทเงินทุน บริษัทหลักทรัพย์ หรือบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ ตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจเงินทุน ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจเครดิตฟองซิเอร์ ซึ่งตราความเป็นเงินได้เกินกว่าเงินทุน

62. เงินได้ที่สมาชิกกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการจ่ายเป็นเงินสะสมเข้ากองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการตามกฎหมาย ว่าด้วยกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ เฉพาะส่วนที่ไม่เกิน 300,000 บาท สำหรับปีภาษีนั้น

63. เงินหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่สมาชิกกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการได้รับจากกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการตามกฎหมาย ว่าด้วยกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ เนื่องจากออกจากราชการ เพราะเหตุสูงอายุ เหตุทุพพลภาพ เหตุทดแทน หรือตาย ดังนี้

(1) กรณีเหตุสูงอายุ

(2) กรณีเหตุทุพพลภาพ สำหรับสมาชิกซึ่งออกจากราชการเพราะป่วย เจ็บ ทุพพลภาพ ซึ่งแพทย์ที่ทางราชการรับรองได้ตรวจ และแสดงความเห็นว่าไม่สามารถที่จะรับราชการในตำแหน่งหน้าที่ซึ่งปฏิบัติอยู่นั้นต่อไปได้

(3) กรณีเหตุทดแทน สำหรับสมาชิกซึ่งออกจากราชการเพราะทางราชการเลิก หรือยุบตำแหน่ง หรือมีคำสั่งให้ออกโดยไม่มีความผิด หรือทหารซึ่งออกจากกองหนุนเบ็ดเตล็ด

(4) กรณีตาย สำหรับสมาชิกซึ่งออกจากราชการเพราะถึงแก่ความตายในระหว่างรับราชการ

64. เงินได้ที่คณะกรรมการกองทุนลานกีฬาด้านยาเสพติด สำนักนายกรัฐมนตรี ได้รับเพื่อประโยชน์ของกองทุนลานกีฬาด้านยาเสพติดดังกล่าว

65. ดอกเบี้ยพันธบัตรออมสิน รุ้นพันธบัตรเงินฝากช่วยชาติ

66. เงินได้ที่เป็นเงินเดือนหรือค่าตอบแทนที่เจ้าหน้าที่ของศูนย์วิจัยวนเกษตรนานาชาติ ซึ่งเป็นคนต่างด้าวและไม่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย ได้รับจากศูนย์วิจัยวนเกษตรนานาชาติ เนื่องจากการเข้ามาทำงานในประเทศไทย ภายใต้ข้อตกลงระหว่างรัฐบาลไทยและศูนย์วิจัยวนเกษตรนานาชาติ

67. รางวัลบัตรออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

68. เงินได้จากการโอนกรรมสิทธิ์หรือสิทธิครอบครองในที่ดินโดยไม่มีค่าตอบแทนให้แก่ วัด วัดบาดหลวงโรมันคาทอลิก หรือมัสยิด ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น ทั้งนี้ เฉพาะการโอนที่ดินส่วนที่ทำให้วัด วัดบาดหลวงโรมันคาทอลิก หรือมัสยิดมีที่ดินไม่เกินห้าสิบไร่

69. ผลประโยชน์ที่ได้จากการที่ผู้ประกอบการซึ่งเป็นบริษัทมหาชนจำกัด หรือบริษัทจำกัดควบเข้ากัน หรือโอนกิจการทั้งหมดให้แก่กันตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่อธิบดีกรมสรรพากรประกาศกำหนด ซึ่งตีราคาเป็นเงินได้เกินกว่าเงินทุน

70. ค่าชดเชยที่ลูกจ้างได้รับตามกฎหมาย ว่าด้วยการคุ้มครองแรงงานและค่าชดเชยที่พนักงานได้รับตามกฎหมาย ว่าด้วยพนักงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ แต่ไม่รวมถึงค่าชดเชยที่ลูกจ้างหรือพนักงานได้รับเพราะเหตุเกษียณอายุหรือสิ้นสุดสัญญาจ้าง ทั้งนี้ เฉพาะค่าชดเชยส่วนที่ไม่เกินค่าจ้างหรือเงินเดือนค่าจ้างของการทำงานสามร้อยวันสุดท้าย แต่ไม่เกิน 300,000 บาท

71. เงินได้เท่าที่ได้จ่ายเป็นดอกเบี้ยเงินกู้ยืม สำหรับการกู้ยืมเงินเพื่อซื้อ เช่าซื้อ หรือสร้างอาคารที่อยู่อาศัยโดยจำนองอาคารที่ซื้อหรือสร้างเป็นประกันการกู้ยืมนั้น ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 50,000 บาท ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่อธิบดีกำหนด ทั้งนี้เฉพาะที่จ่ายให้แก่

(1) กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อแก้ไขปัญหาในระบบสถาบันการเงินที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

(2) กองทุนรวมเพื่อแก้ไขปัญหาในระบบสถาบันการเงินที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

(3) นิติบุคคลเฉพาะกิจซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการแปลงสินทรัพย์เป็นหลักทรัพย์ ตามกฎหมาย ว่าด้วยนิติบุคคลเฉพาะกิจ เพื่อแปลงสินทรัพย์เป็นหลักทรัพย์ ทั้งนี้ เฉพาะกรณีที่นิติบุคคลเฉพาะกิจดังกล่าว เข้ารับช่วงสิทธิเป็นเจ้าหนี้เงินกู้แทนกองทุนรวมตาม (1) หรือ (2) ธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่น บริษัทประกันชีวิต สหกรณ์หรือนายจ้าง

72. เงินได้เท่าที่ได้จ่ายเป็นดอกเบี้ยเงินกู้ยืมให้แก่ธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่น บริษัทประกันชีวิต สหกรณ์ หรือนายจ้างสำหรับการกู้ยืมเงินเพื่อซื้อเช่าซื้อ หรือสร้างอาคารที่อยู่อาศัยโดยจำนองอาคาร ที่ซื้อหรือสร้างเป็นประกันการกู้ยืมนั้น ซึ่งรวมถึงอาคารพร้อมที่ดินด้วย เฉพาะส่วนที่เกิน 10,000 บาท แต่ไม่เกิน 40,000 บาท ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่อธิบดีกำหนด

73. เงินได้เท่าที่ครูใหญ่หรือครูโรงเรียนเอกชนจ่ายเป็นเงินสมทบเข้ากองทุนสงเคราะห์ ตามกฎหมาย ว่าด้วยโรงเรียนเอกชนเฉพาะส่วนที่ไม่เกิน 300,000 บาท สำหรับปีภาษานั้น

74. เงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 (1) (2) (6) (7) และ (8) แห่งประมวลรัษฎากร และเงินได้พึงประเมินประเภทค่าแห่งสิทธิที่มีได้รับโอนมาโดยทางมรดก เท่าที่ได้จ่ายเป็นค่าซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพตามกฎหมาย ว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ในอัตราไม่เกินร้อยละ 15 ของเงินได้ ทั้งนี้เงินได้ที่ได้รับยกเว้นข้างต้น เมื่อรวมกับเงินสะสมที่จ่ายเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพหรือกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ ต้องไม่เกิน 300,000 บาท สำหรับปีภาษานั้น

75. เงินหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่ผู้ถือหน่วยลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพตามกฎหมาย ว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้รับจากกองทุนรวมดังกล่าว เพราะเหตุสูงอายุ ทุพพลภาพ หรือตาย ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการ ที่อธิบดีกรมสรรพากรกำหนด

76. เงินหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่ครูใหญ่หรือครูโรงเรียนเอกชนได้รับจากกองทุนสงเคราะห์ตามกฎหมาย ว่าด้วยโรงเรียนเอกชน เมื่อครูใหญ่หรือครูโรงเรียนเอกชนออกจากราชการเพราะเหตุสูงอายุ ทุพพลภาพ หรือตาย ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการที่อธิบดีกรมสรรพากรกำหนด

77. ยกเว้นเงินปันผลที่ได้จากการถือหุ้นในบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการธุรกิจเงินร่วมลงทุน และได้รับยกเว้นภาษีเงินได้มาตรา 5 อัญชารส แห่งพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 10) พ.ศ. 2500 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 396) พ.ศ. 2545

78. ยกเว้นผลประโยชน์ที่ได้จากการโอนหุ้นของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการธุรกิจเงินร่วมลงทุน และได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ตามมาตรา 5 อัญชารส แห่งพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 10) พ.ศ. 2500 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 396) พ.ศ. 2545

79. ยกเว้นเงินได้เท่าที่ได้จ่ายเป็นดอกเบี้ยเงินกู้ยืมให้แก่กองทุน บำเหน็จบำนาญข้าราชการ ตามกฎหมาย ว่าด้วยกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ สำหรับการกู้ยืมเงิน เพื่อซื้อเช่าซื้อ หรือสร้างอาคารที่อยู่อาศัย รวมถึงอาคารพร้อมที่ดินด้วย

80. ยกเว้นดอกเบี้ยและรางวัลสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร แต่ไม่รวมถึงดอกเบี้ย ซึ่งผู้รับมิใช่ผู้ทรงคนแรก ทั้งนี้สำหรับสลากออมทรัพย์ที่ออกจำหน่ายตั้งแต่วันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545 เป็นต้นไป

81. ยกเว้นเงินได้เท่าที่ผู้มีเงินได้จ่ายเป็นเบี้ยประกันภัยในปักษ์สำหรับการประกันชีวิตของผู้มีเงินได้ตามจำนวนที่จ่ายจริงเฉพาะส่วนที่เกิน 10,000 บาท แต่ไม่เกิน 40,000 บาท เฉพาะในกรณีที่กรมธรรม์ประกันชีวิตมีกำหนดเวลาตั้งแต่สิบปีขึ้นไป และการประกันชีวิตนั้นได้เอาประกันไว้กับผู้รับประกันภัยที่ประกอบกิจการประกันชีวิตในราชอาณาจักร ทั้งนี้สำหรับเบี้ยประกันที่ได้จ่ายตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2545 เป็นต้นไป และให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่อธิบดีกำหนด

82. ยกเว้นเงินได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ ดังต่อไปนี้

(ก) บ้าน โรงเรือน หรือสิ่งปลูกสร้างอื่นซึ่งโดยปกติใช้ประโยชน์เพื่อเป็นที่อยู่อาศัย

(ข) อสังหาริมทรัพย์ (ก) พร้อมที่ดิน

(ค) ห้องชุดสำหรับการอยู่อาศัยในอาคารชุดตามกฎหมาย ว่าด้วยอาคารชุด

ทั้งนี้ เฉพาะสำหรับกรณีการทำสัญญาซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ซึ่งผู้มีเงินได้ใช้เป็นที่อยู่อาศัยอันเป็นแหล่งสำคัญ โดยมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านตามกฎหมาย ว่าด้วยการทะเบียนราษฎร เป็นเวลาไม่น้อยกว่าหนึ่งปี นับแต่วันที่ได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ครอบครองในอสังหาริมทรัพย์นั้น ตามหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขที่อธิบดีกรมสรรพากรกำหนด

83. ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้แก่บุคคลในคณะทูต คณะกงสุล และบุคคลที่ถือว่า อยู่ในคณะทูตตามความตกลง ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามหลักกฏอภัยที่อภัยปฏิบัติ

84. ยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับการขาย แลกเปลี่ยน ให้โอนกรรมสิทธิ์หรือสิทธิครอบครอง ในอสังหาริมทรัพย์ให้แก่ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจที่มีใช้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล

85. ผู้มีเงินได้ที่ได้รับเงินได้พึงประเมินจากการขายอสังหาริมทรัพย์ตามมาตรา 4 (6) แห่งพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการขายอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นทางค้าหรือหากำไร (ฉบับที่ 342) พ.ศ. 2541 ซึ่งได้ถูกหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่ายตามมาตรา 50 (5) แห่งประมวลรัษฎากร และได้เสียภาษีธุรกิจเฉพาะไว้แล้ว

86. ผู้มีเงินได้ซึ่งอยู่ในประเทศไทย และได้รับเงินส่วนแบ่งของกองทุนรวมที่จัดตั้งตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และยอมให้ผู้จ่ายเงินได้นั้นหักภาษี ณ ที่จ่าย ตามมาตรา 50 (2) แห่งประมวลรัษฎากร ในอัตราร้อยละ 10 ของเงินได้

87. ลดอัตราภาษีเงินได้ตามมาตรา 48(3) (ก) และคงจัดเก็บในอัตราร้อยละ 10 ของเงินได้สำหรับเงินได้พึงประเมินที่เป็นดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารในราชอาณาจักร ประเภทเงินฝากประจำ ทั้งนี้ ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขตามที่กำหนด

88. ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 (4) (ก) แห่งประมวลรัษฎากร ดังต่อไปนี้

(1) ดอกเบี้ยเงินฝากที่ได้รับจากการฝากเงินกับธนาคารในประเทศ

(2) ดอกเบี้ยเงินฝากที่ได้รับจากการฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์ตามกฎหมาย

ว่าด้วย สหกรณ์ในประเทศ

89. เงินได้พึงประเมินหลังจากหักค่าใช้จ่ายและหักค่าลดหย่อนแล้ว โดยให้ยกเว้นเท่าจำนวนเงินที่บริจาคให้กองทุนปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์ปีที่ 50

90. เงินได้สำหรับเงินได้พึงประเมินเท่าจำนวนเงินที่บริจาคในการจัดสร้างเครื่องทรงพระพุทธรูปหามณีรัตนปฏิมากร

91. เงินได้ที่ได้รับจากการปลดหนี้ หรือการประนอมหนี้ตามคำขอประนอมหนี้หรือแผนฟื้นฟูกิจการของลูกหนี้ที่ศาล ได้มีคำสั่งเห็นชอบตามกฎหมายว่าด้วยล้มละลาย ยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับเงินได้ที่ได้รับจากการโอนทรัพย์สิน การขายสินค้าหรือการให้บริการและการกระทำตราสารอันเนื่องมาจากการดำเนินการ ตามคำขอประนอมหนี้หรือแผนฟื้นฟูกิจการของลูกหนี้ที่ศาล ได้มีคำสั่งเห็นชอบตามกฎหมายว่าด้วยล้มละลาย

92. ภาษีเงินได้สำหรับเงินได้สุทธิจากการคำนวณภาษีเงินได้ตามมาตรา 48 (1) เฉพาะ ส่วนที่ไม่เกิน 80,000 บาทแรก สำหรับปีภาษีนั้น

93. เงินได้ที่ได้รับจากการปลดหนี้ของสถาบันการเงินที่ดำเนินการตามหลักเกณฑ์การปรับปรุงโครงสร้างหนี้ของสถาบันการเงินที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

94. เงินได้ที่ได้รับจากการโอนทรัพย์สิน การขายสินค้า หรือการให้บริการ และการกระทำตราสารอันเนื่องมาจากการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ของสถาบันการเงินที่ดำเนินการตามหลักเกณฑ์การปรับปรุงโครงสร้างหนี้ของสถาบันการเงินที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

95. เงินได้ที่ได้รับจากการปลดหนี้ของเจ้าหนี้อื่นซึ่งปรับปรุงโครงสร้างหนี้โดยนำหลักเกณฑ์ของสถาบันการเงินที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดมาใช้โดยอนุโลม

96. เงินได้ที่ได้รับจากการโอนทรัพย์สิน การขายสินค้า หรือการให้บริการ และสำหรับการกระทำตราสารอันเนื่องมาจากการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ของเจ้าหนี้อื่น โดยนำหลักเกณฑ์ของสถาบันการเงิน ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดมาใช้โดยอนุโลม

97. เงินได้ที่ได้รับยกเว้นตามกฎหมายอื่นในปัจจุบันมีพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ซึ่งยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับเงินได้ ดังต่อไปนี้

(1) เงินปันผลที่ได้รับจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ให้ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำมารวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่ผู้ได้รับการส่งเสริมได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้น

(2) แห่งคู่มือวิสต์ ค่าแห่งลิขสิทธิ์ หรือสิทธิอย่างอื่น จากผู้ได้รับการส่งเสริมตามสัญญา ที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนให้ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำมารวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้มีกำหนดระยะเวลา 5 ปี นับแต่วันที่ผู้ได้รับการส่งเสริมมีรายได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม

เงินได้พึงประเมินแต่ละกรณีจะคำนวณหักค่าใช้จ่ายได้เท่าใด

1. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 1 และ 2 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายให้หัก ค่าใช้จ่ายเป็นการเหมา ได้ตามเงื่อนไขที่กำหนด ดังนี้

(1) ผู้มีเงินได้สามารถหักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาได้ร้อยละ 40 ของเงินได้ แต่รวมกันแล้วต้องไม่เกิน 60,000 บาท

(2) ในกรณีสามีภริยา ต่างฝ่ายต่างมีเงินได้และความเป็นสามีภริยาได้มีอยู่ตลอดปีภาษี ให้ต่างฝ่ายต่างหักค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 40 แต่ไม่เกินฝ่ายละ 60,000 บาท

2. เงินที่นายจ้างจ่ายให้ครั้งเดียวเพราะเหตุออกจากงาน ตามหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขที่อธิบดีกำหนดในประกาศอธิบดีฯ (ฉบับที่ 45) ให้คำนวณภาษีตามเกณฑ์ในมาตรา 48 (5)

แห่งประมวลรัษฎากร เป็นเงินภาษีทั้งสิ้นเท่าใด ให้หักภาษี ณ ที่จ่ายไว้เท่านั้น การคำนวณตาม
เกณฑ์ในมาตรา 48 (5) แห่งประมวลรัษฎากร

3. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 3 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายยอมให้
หักค่าใช้จ่ายได้เฉพาะเงินได้ที่เป็นค่าแห่งลิขสิทธิ์ โดยให้หักเป็นการเหมาได้ร้อยละ 40 ของค่าแห่ง
ลิขสิทธิ์แต่ไม่เกิน 60,000 บาท

สำหรับค่าแห่งกวีนิพนธ์ หรือสิทธิอย่างอื่น เงินปี หรือเงินได้ที่มีลักษณะเป็นเงินรายปีอัน
ได้มาจาก พินัยกรรม นิติกรรมอย่างอื่น หรือคำพิพากษาของศาล ไม่ยอมให้หักค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น
ในกรณีสามีและภริยาต่างฝ่ายต่างมีเงินได้ประเภทนี้ และความเป็นสามีภริยาได้มีอยู่ตลอดปีภาษี ให้
ต่างฝ่ายต่างหักค่าใช้จ่ายได้ตามเกณฑ์เดียวกัน

4. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 4 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายไม่ยอม
ให้หักค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น

5. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 5 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายให้หัก
ค่าใช้จ่ายได้ ดังนี้ คือ

(1) การให้เช่าทรัพย์สิน ผู้มีเงินได้มีสิทธิเลือกหักค่าใช้จ่ายวิธีใดวิธีหนึ่งดังนี้

ก. หักตามความจำเป็นและสมควรหรือ

ข. หักเป็นการเหมาในอัตราที่กำหนด

กรณีผู้ให้เช่าทรัพย์สิน เรียกเก็บเงินกินเปล่า เงินแป๊ะเจี๊ยะ เงินค่าปลูกสร้าง หรือเงินค่า
ซ่อมแซม อีกส่วนหนึ่งนอกเหนือจากค่าเช่า หรือได้รับประโยชน์อื่น เช่น ได้กรรมสิทธิ์ในอาคาร
หรือ โรงเรือนที่ผู้เช่าทำการก่อสร้างลงบนที่ดินของผู้ให้เช่าแล้วยกให้ เงินหรือกรรมสิทธิ์ในอาคาร
หรือ โรงเรือนเป็นเงินได้พึงประเมินเนื่องจากการให้เช่าทรัพย์สินของผู้ให้เช่า

กรณีที่เจ้าของที่ดินทำสัญญาให้ผู้อื่นทำการปลูกสร้างอาคารหรือ โรงเรือนที่ดินของ
ตน โดย ผู้ปลูกสร้างยกกรรมสิทธิ์ในอาคารหรือ โรงเรือนที่ปลูกสร้างนั้นให้แก่เจ้าของที่ดินเมื่อ
สร้างเสร็จ และเจ้าของที่ดินตกลงให้ผู้ปลูกสร้างเช่า หรือให้เช่าช่วงอาคาร หรือ โรงเรือน หรือตกลง
ให้ผู้สร้างจัดหาผู้เช่าอาคาร หรือ โรงเรือนนั้น โดยตรงจากเจ้าของที่ดิน เป็นการตอบแทนภายใน
ระยะเวลาที่กำหนด ให้คำนวณค่าแห่งอาคารหรือ โรงเรือนนั้น เป็นเงินได้พึงประเมินของเจ้าของ
ที่ดินตาม จำนวนปีแห่งอายุการเช่าใน อัตราร้อยละของมูลค่าอาคาร หรือ โรงเรือนในวันที่ได้รับ
กรรมสิทธิ์

(2) การผิดสัญญาเช่าซื้อทรัพย์สิน กฎหมายยอมให้ผู้มีเงินได้หักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมา
ได้ร้อยละ 20 วิธีเดียว

(3) การคิดสัญญาซื้อขายเงินผ่อน ซึ่งผู้ขายได้รับคืนทรัพย์สินที่ซื้อขายนั้นโดยไม่ต้องคืนเงินหรือประโยชน์ที่ได้รับไว้แล้ว กฎหมายยอมให้หักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาได้ร้อยละ 20 วิธีเดียว

6. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 6 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายยอมให้เลือกหักค่าใช้จ่ายวิธีใดวิธีหนึ่งดังนี้

- ให้หักตามความจำเป็นและสมควรหรือ
- ให้หักเป็นการเหมาดังต่อไปนี้
- เงินได้จากการประกอบวิชาชีพอิสระ การประกอบโรคศิลป์ ให้หักค่าใช้จ่ายร้อยละ

60เงินได้จากการประกอบวิชาชีพอิสระนอกจาก 1) หักค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 30

7. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 7 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายยอมให้หักค่าใช้จ่ายวิธีใดวิธีหนึ่ง ดังนี้

- หักตามความจำเป็นและสมควร หรือ
- หักเป็นการเหมาในอัตราร้อยละ 70

8. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 8 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายยอมให้เลือกหัก ค่าใช้จ่ายวิธีใดวิธีหนึ่ง ดังนี้

- หักตามความจำเป็นและสมควร หรือ
- หักเป็นการเหมาในอัตราร้อยละตามที่กฎหมายกำหนด

ผู้มีเงินได้มีสิทธิหักลดหย่อน

การหักลดหย่อน หมายถึง รายการต่าง ๆ ที่กฎหมายได้กำหนดให้หักได้เพิ่มขึ้นหลังจากได้หักค่าใช้จ่ายแล้ว เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีให้แก่ผู้เสียภาษีก่อนนำเงินได้ที่เหลือซึ่งเรียกว่าเงินได้สุทธิไปคำนวณภาษีตามบัญชีอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา รายการหักลดหย่อนกรณีต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้

1. การหักลดหย่อนในกรณีทั่วไป

- 1.1 ผู้มีเงินได้ 30,000 บาท (ไม่ว่าจะอยู่ในประเทศไทยถึง 180 วัน หรือไม่ก็ตาม)
- 1.2 สามีนหรือภริยาของผู้มีเงินได้ 30,000 บาท

(1) สามีนหรือภริยาของผู้มีเงินได้ที่มีสิทธิหักลดหย่อน จะต้องเป็นสามีนหรือภริยาชอบด้วยกฎหมาย การสมรสไม่ครบปีภาษีก็มีสิทธิหักลดหย่อนได้ เช่น จดทะเบียนสมรสระหว่างปีภาษี หรือตายในระหว่างปีภาษี ก็มีสิทธิหักลดหย่อนได้ 30,000 บาท

(2) สามีนหรือภริยาของผู้มีเงินได้ที่จะนำมาหักลดหย่อนจะต้องไม่มีเงินได้พึงประเมินหรือมีแต่ไม่ได้แยกคำนวณภาษี ตัวอย่าง สามีนภริยาแต่งงานครบปีภาษีและต่างฝ่ายต่างมีเงิน

ได้ประเภทที่ 1 กรณีดังกล่าว ภริยาสามารถแยกคำนวณภาษีต่างหากจากสามีได้โดยชอบทั้งสามี ภริยาจึงไม่มีสิทธินำคู่สมรสมาหักลดหย่อนได้ แต่หากภริยามีเงินได้ประเภทอื่น (2-8) ให้สามีนำเงินได้ของภริยามารวมคำนวณและมีสิทธินำคู่สมรสมาหัก ลดหย่อนได้

1.3 การหักลดหย่อนบุตร ให้หักสำหรับบุตรชอบด้วยกฎหมาย หรือบุตรบุญธรรมของผู้มีเงินได้ รวมทั้งบุตรชอบด้วยกฎหมายของสามีหรือภริยาของผู้มีเงินได้ด้วย โดยมีเงื่อนไขว่าบุตรที่เกิด ก่อนหรือ ใน พ.ศ. 2522 หรือที่ได้รับเป็นบุตรบุญธรรม ก่อน พ.ศ. 2522 คนละ 15,000 บาท บุตรที่เกิด หลัง พ.ศ. 2522 หรือที่ได้รับเป็นบุตรบุญธรรมในหรือหลัง พ.ศ. 2522 คนละ 15,000 บาท แต่รวมกันต้องไม่เกิน 3 คน การนับจำนวนบุตรให้นับเฉพาะ บุตรที่มีชีวิตอยู่ตามลำดับอายุสูงสุดของบุตร โดยให้นับรวมทั้งบุตร ที่ไม่อยู่ในเกณฑ์ได้รับการหักลดหย่อนด้วยการหักลดหย่อน สำหรับบุตร ให้หักได้เฉพาะบุตรซึ่งมีอายุไม่เกิน 25 ปี และยังคงศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยหรือชั้นอุดมศึกษาเฉพาะภายในประเทศให้ลดหย่อนเพื่อการศึกษาได้อีกคนละ 2,000 บาท หรือเป็น ผู้เยาว์หรือศาลสั่งให้เป็นคนไร้ความสามารถหรือเสมือนไร้ความสามารถอันอยู่ในความอุปการะเลี้ยงดู แต่มิให้หักลดหย่อนสำหรับบุตรดังกล่าวที่มีเงินได้พึงประเมินในปีภาษีที่ล่วงมาแล้วตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป โดยเงินได้ดังกล่าวต้อง ไม่ใช่เงินได้ที่ได้รับยกเว้นตามมาตรา 42 ให้ไม่ต้องรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้

การหักลดหย่อนสำหรับบุตรดังกล่าว ให้หักได้ตลอดปีภาษี ไม่ว่ากรณีจะหักได้นั้นจะมีอยู่ตลอดปีภาษีหรือไม่ และในกรณีบุตรบุญธรรมนั้นให้หักลดหย่อนในฐานะบุตรบุญธรรมได้ในฐานะเดียว

1.4 เบี้ยประกันภัย ที่ผู้มีเงินได้จ่ายไป ในปีภาษีสำหรับการประกันชีวิตของผู้มีเงินได้ ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 40,000 บาท ทั้งนี้เฉพาะในกรณีที่กรมธรรม์ประกันชีวิตมีกำหนดเวลาตั้งแต่ 10 ขึ้นไป และการประกันชีวิตนั้นได้เอาประกันไว้กับผู้รับประกันภัยที่ประกอบกิจการประกันชีวิตในราชอาณาจักร หรือการฝากเงินออมสินประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว ที่มีกรมธรรม์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป สามารถนำมาหักลดหย่อนตามเกณฑ์นี้ได้

ในกรณีสามีหรือภริยาของผู้มีเงินได้มีการประกันชีวิต และความเป็นสามีภริยาได้มีอยู่ตลอดปีภาษี ให้หักลดหย่อนได้ด้วยสำหรับเบี้ยประกันที่จ่ายสำหรับการประกันชีวิตของสามีหรือภริยานั้นตามเกณฑ์ข้างต้น ไม่ว่าสามีหรือภริยานั้นจะมีเงินได้ในปีภาษีนั้นหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตของบุตรมาหักลดหย่อนได้ เบี้ยประกันชีวิต นอกจากได้รับการลดหย่อนภาษีแล้ว ส่วนที่เกิน 10,000 บาท แต่ไม่เกิน 40,000 บาท เป็นเงินได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษี

1.5 เงินสะสม ที่จ่ายเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ หักลดหย่อนได้ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนที่เกิน 10,000 บาท แต่ไม่เกิน 290,000 บาท เป็นเงินที่ได้รับยกเว้น

ภาษี โดยนำจำนวนเงินส่วนที่เกินดังกล่าวหักจากเงินได้พึงประเมินก่อนหักค่าใช้จ่ายตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 290,000 บาท

1.6 บุตรของผู้มีเงินได้ซึ่งมีสิทธิหักลดหย่อนตามเงื่อนไขใน 1.3 และยังคงศึกษาอยู่ในสถานศึกษาของทางราชการ สถานศึกษาตามกฎหมาย ว่าด้วยสถาบันศึกษาเอกชนหรือโรงเรียนราษฎร์ตามกฎหมาย ว่าด้วยโรงเรียนราษฎร์ ให้หักลดหย่อนเพื่อการศึกษาได้อีกคนละ 2,000 บาท การหักค่าลดหย่อนภาษีต้องเป็นการศึกษาภายในประเทศเท่านั้น

1.7 ค่าซื้ออาคาร อาคารพร้อมที่ดิน ห้องชุดในอาคารชุดหรือที่ดินพร้อมที่จ้างก่อสร้างอาคารในที่ดินที่ได้โอนกรรมสิทธิ์ตั้งแต่วันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2544 ถึง วันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2545 เงินได้ที่ได้จ่ายไปเป็นค่าซื้ออาคาร อาคารพร้อมที่ดิน ห้องชุดในอาคารชุด หรือที่ดินพร้อมที่จ้างก่อสร้างอาคารในที่ดิน ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ดังนี้

1. ต้องเป็นการซื้ออาคาร อาคารพร้อมที่ดิน ห้องชุดในอาคารชุด หรือที่ดินพร้อมที่จ้างก่อสร้างอาคารในที่ดินแต่เพียงแห่งเดียว

2. ต้องทำสัญญาซื้อขายหรือสัญญาจะซื้อจะขายอาคารพร้อมที่ดิน ห้องชุดในอาคารชุดหรือที่ดินพร้อมที่จ้างก่อสร้างอาคารในที่ดินระหว่างวันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2544 ถึง วันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2545 และต้องมีหลักฐานจากผู้ขายหรือผู้รับจ้างที่พิสูจน์ได้ว่าการจ่ายเงินตามสัญญาภายในเวลาดังกล่าว

3. ต้องจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ตาม (2) ระหว่างวันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2544 ถึงวันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2545 หรือกรณีซื้อที่ดินพร้อมที่จ้างก่อสร้างอาคารในที่ดิน ต้องโอนกรรมสิทธิ์ในที่ดินที่ซื้อพร้อมที่จ้างก่อสร้างอาคารต้องแล้วเสร็จระหว่างวันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2544 ถึง วันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2545

4. การโอนกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ที่ซื้อ โดยไม่มีการจ้างอสังหาริมทรัพย์ที่ซื้อหรืออาคารที่สร้างนั้นเป็นประกันการกู้ยืมเงินเพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์ หรือสร้างอาคารดังกล่าว ให้ได้รับสิทธิหักเป็น ค่าลดหย่อนเท่ากับจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 200,000 บาท โดยให้หักจากเงินได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายปีภาษีละครั้งหนึ่งของจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 100,000 บาท เป็นระยะเวลา 2 ปี ติดต่อกันนับแต่ปีภาษีที่ผู้มีเงินได้ได้รับ โอนกรรมสิทธิ์

5. การโอนกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ที่ซื้อ โดยมีการจ้างอสังหาริมทรัพย์ที่ซื้อหรืออาคาร ที่ก่อสร้างนั้นเป็นประกันการกู้ยืมเงินเพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์หรือสร้างอาคารดังกล่าว ให้หักจากเงินได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายเท่ากับจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 100,000 บาท โดยให้หักภายในปีภาษีที่มีการโอนกรรมสิทธิ์นั้น

6. กรณีสามีและภริยาร่วมกันซื้ออาคาร อาคารพร้อมที่ดิน ห้องชุดในอาคารชุด หรือที่ดินพร้อมกันว่าจ้างก่อสร้างอาคารในที่ดินหลายแห่ง ให้หักฯ ได้แต่เพียงแห่งแรกแห่งเดียว

- ถ้าสามีหรือภริยามีเงินได้ฝ่ายเดียวให้ผู้มีเงินได้หักลดหย่อน ได้เต็มจำนวนตามที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 100,000 บาท

- กรณีผู้มีเงินได้ซึ่งมีสิทธิหักลดหย่อน อยู่ก่อนแล้ว ต่อมาได้สมรสกัน ให้ยังคงหักลดหย่อน ได้ดังต่อไปนี้

(1) ถ้าความเป็นสามีภริยามิได้มีอยู่ตลอดปีภาษีที่ได้รับสิทธิหักลดหย่อน ให้ต่างฝ่าย ต่างหักลดหย่อน ได้ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 100,000 บาท

(2) ถ้าความเป็นสามีภริยาได้มีอยู่ตลอดปีภาษีที่ได้รับสิทธิหักลดหย่อน และสามีภริยา ยื่นรายการโดยรวมกันตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 100,000 บาท

(3) ถ้าความเป็นสามีภริยาได้มีอยู่ตลอดปีภาษีที่ได้รับสิทธิหักลดหย่อน และภริยา ยื่น รายการ โดยแยกคำนวณภาษีให้สามีและภริยาต่างฝ่ายต่างหักฯ ได้ถึงหนึ่งของจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 100,000 บาท

7. ผู้มีเงิน ได้ต้องมีชื่อเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในอาคาร อาคารพร้อมที่ดิน ห้องชุด หรือที่ดินเป็นเวลาติดต่อกันไม่น้อยกว่า 2 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินดังกล่าว ต้องเป็นการซื้ออาคาร อาคารพร้อมที่ดิน ห้องชุดในอาคารชุด หรือที่ดินพร้อมกันว่าจ้างก่อสร้างอาคารในที่ดินแต่เพียงแห่งเดียว

1.8 ดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่ผู้มีเงินได้จ่ายให้แก่ธนาคาร สถาบันการเงินอื่น บริษัทประกันชีวิต สหกรณ์ นายจ้างซึ่งมีระเบียบเกี่ยวกับเงินกองทุนที่จัดสรรไว้เพื่อเป็นสวัสดิการแก่ลูกจ้าง หรือบรรษัทตลาดรอง สินเชื่อที่อยู่อาศัยสำหรับการกู้ยืมเพื่อซื้อ เช่าซื้อ หรือสร้างอาคารอยู่อาศัย โดยจ้างนองอาคารที่ซื้อ หรือสร้าง เป็นประกันการกู้ยืมนั้น

ประกาศอธิบดี ฯ เกี่ยวกับภาษีเงินได้ (ฉบับที่ 86), (ฉบับที่ 87) และ (ฉบับที่ 88) ลงวันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2543 ได้กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการหักลดหย่อนดอกเบี้ยเงินกู้ยืม ฯ ไว้ดังนี้

1. ต้องจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ยืมให้แก่ผู้ให้กู้ยืมที่ประกอบกิจการในราชอาณาจักรเฉพาะที่กำหนดไว้ ได้แก่ ธนาคาร บริษัทตามกฎหมาย ว่าด้วยการประกอบธุรกิจเงินทุน ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจเครดิตฟองซิเออร์ บริษัทประกันชีวิต สหกรณ์ นายจ้างซึ่งมีระเบียบเกี่ยวกับเงินกองทุนที่จัดสรรไว้เพื่อสวัสดิการแก่ลูกจ้าง บรรษัทตลาดรองสินเชื่อที่อยู่อาศัยตามกฎหมาย ว่าด้วยบรรษัทตลาดรองสินเชื่อที่อยู่อาศัย กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อแก้ไขปัญหาในระบบสถาบันการเงินที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และกองทุนรวมเพื่อแก้ไขปัญหาในระบบสถาบันการเงินที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

2. ต้องกู้เงินมาเพื่อซื้อ เช่าซื้ออาคาร อาคารพร้อมที่ดิน หรือห้องชุดในอาคารชุด หรือเพื่อสร้างอาคารอยู่อาศัยบนที่ดินของตนเองหรือบนที่ดินที่ตนเองมีสิทธิครอบครอง (การกู้ยืมเงินเพื่อซื้อที่ดินอย่างเดียว หรือเพื่อซ่อมแซมต่อเติมบ้าน นำดอกเบี้ยไปหักค่าลดหย่อนไม่ได้)
3. ต้องจำนองอาคารหรือห้องชุดในอาคารชุด หรืออาคารพร้อมที่ดินเป็นประกันการกู้ยืมเงินนั้น โดยมีระยะเวลาการจำนองตามระยะเวลาการกู้ยืม
4. ต้องมีอาคารหรือห้องชุดในอาคารชุดข้างต้นเป็นที่อยู่อาศัย ในปีที่ได้รับยกเว้นภาษี แต่ไม่รวมถึงกรณีลูกจ้างซึ่งถูกนายจ้างสั่งให้ไปปฏิบัติงานของนายจ้าง ณ ต่างถิ่นเป็นประจำ หรือกรณีอาคารหรือห้องชุด ดังกล่าวเกิดอัคคีภัย ภัยธรรมชาติ หรือภัยอันเกิดจากเหตุอื่น ทั้งนี้ เฉพาะที่มีใช้ความผิดของผู้มีเงินได้จนไม่อาจใช้อาคารหรือห้องชุดนั้นอยู่อาศัยได้
5. กรณีผู้มีเงินได้มีอาคารหรือห้องชุดในอาคารชุดเป็นที่อยู่อาศัยในปีที่ขอหักลดหย่อนเกินกว่า 1 แห่ง ให้หักลดหย่อนได้ทุกแห่งสำหรับอาคารหรือห้องชุดในอาคารชุดดังกล่าว
6. ให้หักลดหย่อนได้ตลอดปีภาษีไม่ว่ากรณีที่จะหักลดหย่อนได้นั้นจะมีอยู่ตลอดปีภาษีหรือไม่
7. กรณีผู้มีเงินได้หลายคนร่วมกันกู้ยืม ให้หักลดหย่อนได้ทุกคน โดยเฉลี่ยค่าลดหย่อนตามส่วนจำนวนผู้มีเงินได้ แต่รวมกันต้องไม่เกินจำนวนตามที่จ่ายจริง และไม่เกิน 50,000 บาท
8. กรณีสามีภริยา ร่วมกันกู้ยืมโดยสามีหรือภริยาที่มีเงินได้ฝ่ายเดียว ให้หักลดหย่อนสำหรับผู้มีเงินได้เต็มจำนวนตามที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 50,000 บาท
9. กรณีผู้มีเงินได้ซึ่งมีสิทธิหักลดหย่อนอยู่ก่อนแล้ว ต่อมาได้สมรสกัน ให้ยังคงหักลดหย่อนได้ดังนี้
 - 9.1 ถ้าความเป็นสามีภริยามิได้มีอยู่ตลอดปีภาษีที่ขอหักลดหย่อน ให้ต่างฝ่ายต่างหักลดหย่อนได้ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 50,000 บาท
 - 9.2 ถ้าความเป็นสามีภริยาได้มีอยู่ตลอดปีภาษีที่ขอหักลดหย่อน และภริยาไม่ใช่สิทธิแยกยื่นรายการและเสียภาษีต่างหากจากสามี ให้หักลดหย่อนได้รวมกันตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 50,000 บาท ถ้าความเป็นสามีภริยาได้มีอยู่ตลอดปีภาษีที่ขอหักลดหย่อน และภริยาใช้สิทธิแยกยื่นรายการและเสียภาษีต่างหากจากสามี ให้สามีและภริยาต่างฝ่ายต่างหักลดหย่อนได้กึ่งหนึ่งของจำนวนที่จ่ายจริง แต่รวมกันไม่เกิน 50,000 บาท
10. กรณีมีการแปลงหนี้ใหม่ด้วยการเปลี่ยนตัวเจ้าหนี้เงินกู้ยืม ระหว่างผู้ให้กู้ยืมที่กำหนดไว้ให้ยังคงหักลดหย่อนได้ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 50,000 บาท

11. ดอกเบี้ยเงินกู้ยืมข้างต้นให้หมายความรวมถึงดอกเบี้ยเงินกู้ยืมเพื่อชำระหนี้เงินกู้ยืมเพื่อซื้อ เช่าซื้อ หรือสร้างอาคารที่อยู่อาศัยหรือห้องชุดด้วย ทั้งนี้ เฉพาะดอกเบี้ยสำหรับเงินกู้ยืมเพื่อชำระหนี้ส่วนที่ไม่เกินกว่าหนี้ ที่ค้างชำระนั้น

12. การหักลดหย่อนดังกล่าวผู้มีเงินได้ต้องมีหนังสือรับรองตามแบบที่อธิบดีกำหนดจากผู้ให้กู้ยืม เพื่อเป็นหลักฐานว่าได้มีการจ่ายดอกเบี้ยสำหรับการกู้ยืมเงินเพื่อดำเนินการดังกล่าวนี้ด้วย

1.9 เงินสมทบ ที่ผู้ประกันตนจ่ายเข้ากองทุนประกันสังคม ตามกฎหมายว่าด้วยการประกันสังคมตามจำนวนที่จ่ายจริง ในกรณีสามีหรือภริยาของผู้มีเงินได้ ซึ่งเป็นผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม ข้างต้นและความเป็นสามีหรือภริยาได้มีอยู่ตลอดปีภาษี ให้หักลดหย่อนได้ด้วย สำหรับเงินสมทบของสามีหรือภริยาที่จ่ายเข้ากองทุนประกันสังคมดังกล่าวตามเกณฑ์ข้างต้น

1.10 เงินบริจาค เมื่อหักลดหย่อนต่าง ๆ หมดแล้ว เหลือเท่าใดให้หักลดหย่อนได้อีกสำหรับ เงินบริจาค เงินบริจาคที่หักค่าลดหย่อนได้นั้นผู้มีเงินได้ต้องบริจาคเป็นเงินให้แก่การกุศลสาธารณะ โดยหักได้ เท่าจำนวนเงินที่จ่ายจริงแต่ต้องไม่เกินร้อยละ 10 ของเงินได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายและหักค่าลดหย่อนต่าง ๆ ข้างต้นแล้ว

การบริจาค ได้แก่

- (1) การบริจาคเป็นทรัพย์สิน เช่น ที่ดิน รถยนต์ ฯลฯ จะตีราคาเป็นเงินเพื่อหักลดหย่อนไม่ได้
- (2) ในกรณีที่โบสถ์รับเงินบริจาค ระบุชื่อผู้มีเงินได้และสามีหรือภริยาเป็นผู้บริจาค โดยไม่ได้แยกส่วนกันไว้ให้ถือว่าบริจาคคนละครั้งของจำนวนเงินบริจาคทั้งหมด
- (3) ในกรณีมีชื่อบุคคลหลายคนในโบสถ์รับเงินบริจาค ให้เฉลี่ยเท่า ๆ กัน
- (4) โบสถ์รับเงินระบุนับบริจาคไว้ในปีภาษีใดให้นำมาหักลดหย่อนได้ในปีภาษีนั้นเท่านั้น

(5) ต้องบริจาคเป็นเงินให้แก่ องค์การสถานสาธารณกุศล ตามรายชื่อที่กำหนด

2. การหักลดหย่อนในกรณีสามีหรือภริยา ต่างฝ่ายต่างมีเงินได้ ถ้าความเป็นสามีหรือภริยาได้มีอยู่ตลอดปีภาษี เงินได้ของภริยาให้ถือเป็นเงินได้ของสามีและการหักลดหย่อนตาม 11. ข้อ 1. ข้อย่อย 1.1 และ 1.2 ให้หักลดหย่อนรวมกันได้ 60,000 บาท แต่ถ้าภริยาแยกคำนวณเงินได้พึงประเมินประเภทที่ 1 ต่างหากจากสามี หรือถ้าความเป็นสามีหรือภริยาได้มีอยู่ตลอดปีภาษีให้ต่างฝ่ายต่างคำนวณภาษีและแยกหักลดหย่อนได้ตาม 11. ข้อย่อย 1.1 และสำหรับ 11. ข้อ 1. ข้อย่อย 1.3, 11.

ข้อ 1. ข้อย่อย 1.6 และ 11. ข้อ 1. ข้อย่อย 1.8 ให้ต่างฝ่ายต่างหักได้กึ่งหนึ่งตามเกณฑ์ที่กำหนด เฉพาะในปีภาษีนั้น

3. การหักลดหย่อนในกรณีผู้มีเงินได้มิได้เป็นผู้อยู่ในประเทศไทย การหักลดหย่อนตาม 11. ข้อ 1. ข้อย่อย 1.2, 11. ข้อ 1. ข้อย่อย 1.3 และ 11. ข้อ 1. ข้อย่อย 1.6 ให้หักได้เฉพาะสามีหรือ ภริยาและบุตรที่อยู่ในประเทศไทย

4. การหักลดหย่อนในกรณีผู้มีเงินได้ถึงแก่ความตาย ให้หักลดหย่อนตาม 11. ได้เสมือน ผู้ตายมีชีวิต อยู่ตลอดปีภาษีที่ผู้นั้นถึงแก่ความตาย

5. การหักลดหย่อนในกรณีผู้มีเงินได้เป็นกองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง ให้หักลดหย่อน สำหรับผู้มีเงินได้ 30,000 บาท

6. การหักลดหย่อนในกรณีผู้มีเงินได้เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติ บุคคล ให้หัก ลดหย่อนสำหรับผู้มีเงิน ได้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือบุคคลในคณะบุคคลแต่ละคนที่อยู่ใน ประเทศไทยคนละ 30,000 บาท แต่รวมกันต้องไม่เกิน 60,000 บาท

ภาษีเงินได้นิติบุคคล

ภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นภาษีอากรประเภทหนึ่งที่มีบัญญัติไว้ในประมวลรัษฎากร จัดเก็บ จากเงินได้ของบริษัท หรือ ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลมีหลักการจัดเก็บที่สำคัญๆ โดยลำดับดังนี้ (ระบบ สืบค้นออนไลน์ .กรมสรรพกร.<http://www.rd.go.th/publish/>)

1. ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้นิติบุคคล

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงิน ได้นิติบุคคล ได้แก่ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ที่จดทะเบียน ตามประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ และหมายความรวมถึงนิติบุคคลอื่นๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียน ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ด้วย ดังนี้

บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีหน้าที่เสียภาษีเงิน ได้นิติบุคคล มีดังนี้

(1) บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ได้แก่

- บริษัท จำกัด
- บริษัทมหาชน จำกัด
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด
- ห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน

(2) บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ ซึ่งมีหน้าที่เสีย ภาษีเงิน ได้นิติบุคคลในประเทศไทย ก็ต่อเมื่อเข้าเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้

- ก. บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลต่างประเทศนั้น เข้ามากระทำการใน ประเทศไทย (มาตรา 66 วรรคแรก แห่งประมวลรัษฎากร)
- ข. บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลต่างประเทศนั้น กระทำการในที่อื่น ๆ รวมทั้งในประเทศไทย (มาตรา 66 วรรคสอง แห่งประมวลรัษฎากร)
- ค. บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลต่างประเทศนั้น กระทำการอื่น ๆ รวมทั้ง ในประเทศไทย และกิจการที่กระทำนั้นเป็นกิจการขนส่งระหว่างประเทศ (มาตรา 67 แห่งประมวล รัษฎากร)
- ง. บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลต่างประเทศนั้น มิได้ประกอบกิจการใน ประเทศไทย แต่ได้รับเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 (2) (3) (4) (5) หรือ (6) ที่จ่ายจากหรือใน ประเทศไทย (มาตรา 70)
- จ. บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลต่างประเทศที่เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลใน ประเทศไทย ตามมาตรา 76 วรรคสอง และมาตรา 76 ทวิ แห่งประมวลรัษฎากร ได้จำหน่ายเงิน กำไรหรือเงินประเภทอื่นที่กันไว้จากกำไร หรือถือได้ว่าเป็นเงินกำไรออกไปจากประเทศไทย (มาตรา 70 ทวิ แห่งประมวลรัษฎากร)
- ฉ. บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลต่างประเทศนั้น มิได้เข้ามาทำกิจการใน ประเทศไทยโดยตรง หากแต่มีลูกจ้างหรือผู้ทำการแทนหรือผู้ทำการติดต่อ ในการประกอบกิจการ ในประเทศไทย ซึ่งเป็นเหตุให้ได้รับเงินได้หรือผลกำไรในประเทศไทย (มาตรา 76 ทวิ)
- (3) กิจการซึ่งดำเนินการเป็นทางค้า หรือหากำไร โดย
- ก. รัฐบาลต่างประเทศ
 - ข. องค์กรของรัฐบาลต่างประเทศ
 - ค. นิติบุคคลอื่นที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ
- (4) กิจการร่วมค้า (Joint Venture) ได้แก่ กิจการที่ดำเนินการร่วมกันเป็นทางค้าหรือหา กำไร ระหว่างบุคคลดังต่อไปนี้คือ
- ก. บริษัทกับบริษัท
 - ข. บริษัทกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล
 - ค. ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล
 - ง. บริษัท และหรือ ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับบุคคลธรรมดา
 - จ. บริษัท และหรือ ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับคณะบุคคลที่มีชื่อนิติบุคคล
 - ฉ. บริษัท และหรือ ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับห้างหุ้นส่วนสามัญ
 - ช. บริษัท และหรือ ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับนิติบุคคลอื่น

(5) มุฉินธิหรือสมาคมที่ประกอบกิจการซึ่งมีรายได้แต่ไม่รวมถึงมุฉินธิหรือสมาคมที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดให้เป็นองค์การหรือสถานสาธารณกุศล

(6) นิติบุคคลที่อธิบดีกำหนดโดยอนุฉินธิรัฐมนตรีและประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลตามประมวลรัษฎากร

2. นิติบุคคลที่ไม่ต้องเสียภาษีเงินได้

นิติบุคคลอื่น ๆ นอกจากที่กล่าวในข้างต้น และเฉพาะที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย เช่น กระทรวง ทบวง กรม องค์การ ของรัฐบาลหรือสหกรณ์ ไม่มีหน้าที่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลแต่อย่างใดอย่างไรก็ตามยังมีนิติบุคคลอีกบางประเภทที่เข้าลักษณะต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลตามประมวลรัษฎากร แต่ได้รับการยกเว้นตามบทบัญญัติของกฎหมายต่าง ๆ ได้แก่

(1) บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลตามข้อผูกพันที่ประเทศไทยมีอยู่ตามสัญญาว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจ หรือทางเทคนิคระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลต่างประเทศ

(2) บริษัทจำกัดที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ตามกฎหมาย ว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน

(3) บริษัทจำกัดและนิติบุคคลที่มีสภาพเช่นเดียวกับบริษัทจำกัดซึ่งตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือกฎหมายต่างประเทศได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลตามพระราชบัญญัติภาษีเงินได้ปิโตรเลียม

(4) บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่อยู่ในประเทศที่มีอนุฉินธิญา ว่าด้วยการเว้นการเก็บภาษีซ้อนกับประเทศไทย ตามเงื่อนไขที่กำหนดในอนุฉินธิญา

3. ฐานภาษีของภาษีเงินได้นิติบุคคล

ภาษีเงินได้นิติบุคคล คำนวณจากเงินได้ที่ใช้เป็นหลักฐานในการคำนวณภาษีคุณด้วยอัตราภาษีที่กำหนด ดังนั้น เงินได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลหรือฐานภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้น โดยทั่วไปได้แก่ กำไรสุทธิที่คำนวณตามเงื่อนไขที่กำหนด แต่เพื่อความเป็นธรรมและอุดช่องว่างในการจัดเก็บภาษีเงินได้ จึงได้มีการบัญญัติจัดเก็บภาษีเงินได้ นิติบุคคล จากเงินได้หรือฐานภาษีที่แตกต่างกัน ดังนี้

(1) กำไรสุทธิ

(2) ยอดรายได้ก่อนหักรายจ่าย

(3) เงินได้ที่จ่ายจากหรือในประเทศไทย

(4) การจำหน่ายเงินกำไรออกไปจากประเทศไทย

4. ภาษีเงินได้นิติบุคคลคำนวณจากกำไรสุทธิ

4.1 ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้จากกำไรสุทธิ

(1) บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย

ก. บริษัท จำกัด

ข. บริษัทมหาชน จำกัด

ค. ห้างหุ้นส่วน จำกัด

ง. ห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน

ในกรณีที่บริษัทห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยมีสาขาไม่ว่าจะอยู่ในหรือนอก ประเทศไทย จะต้องนำกำไรสุทธิของสาขามารวมกำไรสุทธิของสำนักงานใหญ่เพื่อเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทย

(2) บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ และมีหน้าที่เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทย ได้แก่

(ก) บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ และกระทำการกิจการในที่อื่นๆ รวมทั้งในประเทศไทย ได้แก่

บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศดังกล่าว จะต้องนำกำไรสุทธิเฉพาะ ที่ได้จากการกระทำการในประเทศไทยมาเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล

(ข) บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ซึ่งตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศมีลูกจ้างหรือผู้ทำการแทน หรือผู้ทำการติดต่อในการประกอบกิจการในประเทศไทย ซึ่งเป็นเหตุให้ได้รับเงินได้หรือผลกำไรในประเทศไทย ให้ถือว่าบุคคลผู้จ้างเป็นลูกจ้าง หรือผู้ทำการแทน หรือผู้ทำการติดต่อเช่นว่านั้น ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล เป็นตัวแทนของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ซึ่งตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศและให้บุคคลนั้นมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการยื่นรายการและเสียภาษีเงินได้เฉพาะที่เกี่ยวกับเงินได้หรือผลกำไรดังกล่าว

(3) กิจการซึ่งดำเนินการเป็นทางการค้าหรือหากำไร โดยรัฐบาลต่างประเทศ องค์การของรัฐบาลต่างประเทศ หรือนิติบุคคลอื่นที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ

(4) กิจการร่วมค้า

4.2 รอบระยะเวลาบัญชี

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีจากกำไรสุทธิ ต้องคำนวณกำไรสุทธิ จากรายได้จากกิจการ หรือเนื่องจากการกิจการที่กระทำในรอบระยะเวลาบัญชี หักด้วยรายจ่ายตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในมาตรา 65 ทวิ และมาตรา 65 ตรี ซึ่งประมวลรัษฎากรได้กำหนดรอบระยะเวลาบัญชีหนึ่ง ๆ ไว้ดังนี้

(1) รอบระยะเวลาบัญชีโดยทั่วไปตามบทบัญญัติมาตรา 65 แห่งประมวลรัษฎากร รอบระยะเวลาบัญชี สำหรับการคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคล จะต้องเท่ากับ 12 เดือน โดยจะเริ่มต้น และสิ้นสุดลงเมื่อใดก็ได้

(2) รอบระยะเวลาบัญชีซึ่งน้อยกว่า 12 เดือน กรณีที่กฎหมายยอมให้รอบระยะเวลา บัญชีน้อยกว่า 12 เดือน ได้ มีเฉพาะกรณีดังต่อไปนี้ คือ

ก. บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลเริ่มตั้งใหม่ จะถือวันเริ่มตั้งถึงวันหนึ่งวันใดเป็นรอบระยะเวลาบัญชีแรกก็ได้ แต่รอบระยะเวลาบัญชีต่อไปต้องเท่ากับ 12 เดือน

ข. บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลอาจยื่นคำร้องขอเปลี่ยนวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชีก็ได้ ตามที่อธิบดีกรมสรรพากรจะเห็นสมควรและสั่งอนุญาต ซึ่งรอบระยะเวลาบัญชีแรกที่ได้รับอนุญาตให้เปลี่ยนจะน้อยกว่า 12 เดือน

ค. บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่เลิกกันให้ถือเอาวันที่เจ้าพนักงานจดทะเบียนเลิกเป็น วันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี

ง. บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลควบเข้ากัน ให้ถือว่าบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลนั้นเลิกกัน รอบระยะเวลาบัญชีที่ควบเข้ากันจึงเป็นไปตาม (ค) ซึ่งอาจน้อยกว่า 12 เดือน ในกรณีที่บริษัทเลิกกิจการและยังชำระบัญชีไม่เสร็จ หากมีกำไรสุทธิเกิดขึ้น จะต้องนำมาเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล เพราะประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ถือว่าบริษัทยังมีสภาพเป็นนิติบุคคลอยู่ตราบเท่าที่ยังชำระบัญชีไม่เสร็จสิ้น

(3) รอบระยะเวลาบัญชีมากกว่า 12 เดือน รอบระยะเวลาบัญชีอาจขยายออกไปมากกว่า 12 เดือนก็ได้ ในกรณีที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติ บุคคลเลิกกิจการ หากผู้ชำระบัญชี และผู้จัดการไม่สามารถยื่นรายการและเสีย ภาษีได้ภายใน 150 วัน นับแต่วันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชีแล้ว ถ้าได้ยื่นคำร้องต่ออธิบดีภายใน 30 วัน นับแต่วันที่เจ้าพนักงานรับจดทะเบียนเลิก อธิบดีกรมสรรพากรอาจพิจารณาอนุมัติให้ขยายรอบระยะเวลาบัญชีออกไปได้ ซึ่งรอบระยะเวลาบัญชีรอบนี้อาจเกิน 12 เดือนก็ได้)

4.3 กำไรสุทธิเพื่อเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล

ตามประมวลรัษฎากรได้กำหนดให้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลจากกำไรสุทธิโดย คำนวณจากรายได้ซึ่งได้จากกิจการหรือเนื่องจากกิจการที่กระทำใน รอบระยะเวลาบัญชีหักด้วยรายจ่ายตามเงื่อนไข ที่ระบุไว้ในมาตรา 65 ทวิ และมาตรา 65 ตรี

การคำนวณรายได้และรายจ่ายดังกล่าว ให้ใช้เกณฑ์สิทธิ์ โดยให้นำรายได้ที่เกิดขึ้นใน รอบระยะเวลาบัญชีใด แม้ว่าจะยังไม่ได้รับชำระในรอบระยะเวลาบัญชีนั้นมารวมคำนวณเป็น

รายได้ในรอบระยะเวลาบัญชีนั้น และให้นำรายจ่ายทั้งสิ้นที่เกี่ยวกับรายได้นั้นแม้จะยังมีได้จ่ายในรอบระยะเวลาบัญชีนั้น มารวมคำนวณเป็นรายจ่ายของรอบระยะเวลาบัญชีนั้น

ในกรณีจำเป็น ผู้มีเงินได้จะขออนุมัติต่ออธิบดี เพื่อเปลี่ยนแปลงเกณฑ์สิทธิ์ และวิธีการทางบัญชี เพื่อคำนวณรายได้และรายจ่ายตามเกณฑ์อื่นก็ได้ และเมื่อได้รับอนุมัติจากอธิบดีแล้วให้ถือปฏิบัติตั้งแต่รอบระยะเวลาบัญชีที่อธิบดีกำหนดเป็นต้นไป

4.4 เงื่อนไขการคำนวณกำไรสุทธิตามมาตรา 65 ทวิ

การคำนวณกำไรสุทธิเพื่อเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล จะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่บัญญัติตามมาตรา 65 ทวิ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(1) รายการที่ระบุไว้ในมาตรา 65 ตริ ไม่ให้ถือเป็นรายจ่าย (รายจ่ายต้องห้ามตามมาตรา 65 ตริ ดูรายละเอียดในลำดับถัดไป)

(2) ค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สินให้หักได้ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและอัตราที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาฯ (ฉบับที่ 145) ดังนี้

1 การหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาจะต้องไม่เกินอัตราร้อยละของมูลค่างานลงทุน ตามประเภทของทรัพย์สินดังต่อไปนี้

- อาคารถาวร (ร้อยละ 5)
- อาคารชั่วคราว (ร้อยละ 100)
- กรณีไม่มีหนังสือสัญญาเช่า หรือมีหนังสือสัญญาเช่าที่มีข้อกำหนดให้ต่ออายุการเช่าได้โดยเงื่อนไขในการต่ออายุนั้นเปิดโอกาสให้ต่ออายุการเช่ากันได้ต่อ ๆ ไป (ร้อยละ 10)
- กรณีมีหนังสือสัญญาเช่าที่ไม่มีข้อกำหนดให้ต่ออายุการเช่าได้หรือมีข้อกำหนดให้ต่อ อายุ การเช่าได้เพียงระยะเวลาอันจำกัด 100 หารด้วยจำนวนปีอายุการเช่าและอายุที่ต่อได้รวมกันต้นทุนเพื่อการได้มาซึ่งสิทธิในกรรมวิธี สูตร กูควิลล์ เครื่องหมายการค้าสิทธิประกอบกิจการตาม ใบอนุญาต สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ หรือสิทธิอย่างอื่น
- กรณีไม่จำกัดอายุการใช้(ร้อยละ 10)
- กรณีจำกัดอายุการใช้ 10 หารด้วยจำนวนปีอายุการใช้ทรัพย์สินอย่างอื่น ซึ่งโดยสภาพของทรัพย์สินนั้นสึกหรอหรือเสื่อมราคาได้ นอกจากที่ดินและสินค้ำ (ร้อยละ 20)

2 บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลจะต้องหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาโดยเลือกใช้วิธีการทางบัญชีที่รับรองทั่วไป โดยเมื่อได้เลือกใช้วิธีการทางบัญชีที่รับรองทั่วไปและอัตราที่จะหักอย่างใดแล้ว ให้ใช้วิธีการทางบัญชีและอัตรานั้น ตลอดไปจะเปลี่ยนแปลงได้ต่อเมื่อได้รับอนุมัติจากอธิบดีกรมสรรพากร หรือผู้ที่อธิบดีกรมสรรพากรมอบหมาย ในกรณีได้รับอนุมัติให้เปลี่ยนแปลงได้และให้ถือปฏิบัติตั้งแต่รอบระยะเวลาบัญชีที่ได้รับอนุมัตินั้น

3 การหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคา ให้คำนวณตามส่วนเฉลี่ยแห่งระยะเวลาที่ได้ทรัพย์สินนั้นมาในแต่ละรอบระยะเวลาบัญชี ในกรณีที่รอบระยะเวลาบัญชีใดไม่เต็มสิบสองเดือน ให้เฉลี่ยหักตามส่วนสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีนั้น ทั้งนี้ ไม่เกินอัตราร้อยละของมูลค่าต้นทุนตามประเภทของทรัพย์สินดังกล่าวข้างต้น โดยให้เฉลี่ยเป็นวัน เช่น บริษัทมีรอบระยะเวลาบัญชีปกติตามปีปฏิทินได้ซื้อเครื่องจักรเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2545 การหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักร หักได้ร้อยละ $20 \times \frac{31}{365}$ (ปกติทรัพย์สินอย่างอื่นหักได้ร้อยละ 20 ของมูลค่านั้น หมายถึง ได้ทรัพย์สินนั้น มาเต็มรอบระยะเวลาบัญชี)

การหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สินอย่างอื่นตามความดังกล่าวข้างต้น ซึ่งมีอัตราโดยสารที่มีที่นั้งไม่เกินสิบคน หรือรถยนต์นั่งบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลจะใช้วิธีการทางบัญชีที่รับรองทั่วไป ซึ่งมีอัตราการหักค่าสึกหรอ และค่าเสื่อมราคาในปีแรกเป็นสองเท่าของอัตราที่กำหนด และสำหรับปีถัดไปให้หักตามอัตราสองเท่าดังกล่าว โดยคำนวณจากมูลค่าต้นทุนส่วนที่เหลือราคาต้องไม่น้อยกว่า 100 บาทด้วยจำนวนร้อยละที่กำหนดข้างต้น ทั้งนี้ ในรอบระยะเวลาบัญชี สุดท้ายของอายุการใช้ของทรัพย์สินดังกล่าวบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล จะหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาโดยรวมจำนวนมูลค่าต้นทุนส่วนที่เหลืออยู่ทั้งหมดด้วยก็ได้

4 ทรัพย์สินประเภทรถยนต์โดยสารที่มีที่นั้งไม่เกินสิบคนหรือรถยนต์นั่ง ให้หักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาจากมูลค่าต้นทุนเฉพาะส่วนที่ไม่เกิน 1 ล้านบาท

5 การหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาสำหรับทรัพย์สินไม่ว่าในกรณีใดจะหักจนหมดมูลค่าต้นทุนของทรัพย์สินนั้นไม่ได้ โดยให้คงเหลือมูลค่าของทรัพย์สินนั้นเป็นจำนวนอย่างน้อย 1 บาท เว้นแต่ทรัพย์สินประเภทรถยนต์โดยสารที่มีที่นั้งไม่เกิน 10 คน หรือรถยนต์นั่งที่มีมูลค่าต้นทุนเกิน 1 ล้านบาท ให้คงเหลือมูลค่าต้นทุนของทรัพย์สินเท่ากับมูลค่าต้นทุนส่วนที่เกิน 1 ล้านบาท

6 กรณีทรัพย์สินที่ได้มาโดยการเช่าซื้อหรือซื้อขายเงินผ่อนให้หักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สินตาม ราคาดุลค่าต้นทุน คือ ราคาที่พึงต้องชำระทั้งหมดตามสัญญาเช่าซื้อหรือสัญญาซื้อขายเงินผ่อน แต่ค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาที่จะนำมาหักในรอบระยะเวลาบัญชีจะต้องไม่เกินค่าเช่าซื้อหรือราคาที่ต้องผ่อนชำระในรอบระยะเวลาบัญชีนั้น

7 การหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สินประเภทเครื่องจักร และอุปกรณ์เครื่องจักรที่ใช้สำหรับการวิจัยและพัฒนา ให้หักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาเบื้องต้นในวันที่ได้ทรัพย์สินนั้นมาในอัตราร้อยละ 40 ของมูลค่าต้นทุน สำหรับมูลค่าต้นทุนส่วนที่เหลือให้หัก

ตามเงื่อนไขและอัตราที่กำหนดไว้ในตาราง ข้อ 1 ทรัพย์สินดังกล่าวจะต้องมีลักษณะและเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด

8 การหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินประเภทเครื่องปั้นที่การเก็บเงิน อาจเลือกหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาในอัตราร้อยละ 100 ของมูลค่าต้นทุนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในข้อ 1 ก็ได้ หรือเลือกหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาเบื้องต้นในอัตราร้อยละ 40 ของมูลค่าต้นทุน สำหรับมูลค่าต้นทุน ส่วนที่เหลือให้หักตามเงื่อนไขและอัตราที่กำหนดไว้ในข้อ 1 ก็ได้ ทรัพย์สินดังกล่าวจะต้องมีลักษณะและเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามที่กำหนด

9 การหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาเบื้องต้นในวันที่ได้ทรัพย์สินประเภทอาคารถาวรที่บริษัทที่เป็นสำนักงานปฏิบัติการภูมิภาคซื้อ หรือได้รับโอนกรรมสิทธิ์เพื่อมิใช้ในการประกอบกิจการของกิจการของตนเอง ให้หักได้อัตราร้อยละ 25 ของมูลค่าต้นทุน สำหรับมูลค่าต้นทุนส่วนที่เหลือ ให้หักตามเงื่อนไขและอัตราที่กำหนดไว้ในข้อ 1 ทั้งนี้เฉพาะทรัพย์สินที่ได้มาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2545

(3) การตีราคาทรัพย์สิน

ราคาทรัพย์สินอื่นนอกจากราคาสินค้าคงเหลือ ให้ถือตามราคาที่ยังซื้อทรัพย์สินนั้นได้ตามปกติ และในกรณีที่มีการตีราคาทรัพย์สินเพิ่มขึ้น ห้ามมิให้นำราคาที่ตีราคาเพิ่มขึ้นมารวมคำนวณกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิส่วนทรัพย์สินรายการใด มีสิทธิหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาให้หักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาในการคำนวณกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิตามหลักเกณฑ์ วิธีการเงื่อนไข และอัตราเดิมที่ใช้อยู่ก่อนตีราคาทรัพย์สินเพิ่มขึ้น โดยให้หักเพียงเท่าที่ระยะเวลา และมูลค่าต้นทุน ที่เหลืออยู่สำหรับทรัพย์สินนั้นเท่านั้น

(4) การโอนทรัพย์สินโดยไม่มีค่าตอบแทน

ในกรณีโอนทรัพย์สินให้บริการหรือให้กู้ยืมเงิน โดยไม่มีค่าตอบแทน ค่าบริการหรือดอกเบี้ย หรือมีค่าตอบแทน ค่าบริการ หรือดอกเบี้ยต่ำกว่าราคาตลาด โดยไม่มีเหตุอันสมควร เจ้าพนักงานประเมินมีอำนาจประเมินค่าตอบแทน ค่าบริการ หรือดอกเบี้ยนั้น ตามราคาตลาดในวันที่โอน ให้บริการหรือให้กู้ยืมเงิน

(5) การคำนวณมูลค่าของทรัพย์สินและหนี้สิน เมื่อมีค่าหรือราคาเป็นเงินตราต่างประเทศ เงินตรา ทรัพย์สิน หรือหนี้สิน ซึ่งมีค่าหรือราคาเป็นเงินตราต่างประเทศที่เหลืออยู่ในวันสุดท้ายของ รอบระยะเวลาบัญชีให้คำนวณ หรือราคาเป็นเงินตราไทย ดังนี้

ก. กรณีบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลนอกจาก ข. ให้คำนวณค่าหรือราคาของเงินตราหรือทรัพย์สินเป็นเงินตราไทยตามอัตราแลกเปลี่ยนที่ธนาคารพาณิชย์รับซื้อ ซึ่งธนาคารแห่ง

ประเทศไทยได้คำนวณไว้ และให้คำนวณค่าหรือราคาของหนี้สินเป็นเงินตราไทยตามอัตราถั่วเฉลี่ยที่ธนาคารพาณิชย์ขาย ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยได้คำนวณไว้

ข. กรณีธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินอื่นตามที่รัฐมนตรีกำหนดให้คำนวณค่าหรือราคาของเงินตรา ทรัพย์สิน หรือหนี้สินเป็นเงินตราไทยตามอัตราถั่วเฉลี่ยระหว่างอัตราซื้อและอัตราขายของธนาคารพาณิชย์ ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้คำนวณไว้ เงินตราทรัพย์สิน หรือหนี้สิน ซึ่งมีค่าหรือราคาเป็นเงินตราต่างประเทศที่รับมาหรือจ่ายไปในช่วงรอบระยะเวลาบัญชี ให้คำนวณค่าหรือราคาเป็นเงินตราไทยตามราคาตลาดในวันที่รับมาหรือจ่ายไปนั้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดลงในวันที่ 31 ธันวาคม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่กรมสรรพากรจะออกประกาศอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในกรณีดังกล่าวให้ทราบทั่วกัน ส่วนผู้มีรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดลงในวันอื่น กรมสรรพากรไม่อาจประกาศให้ทราบได้จึงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการต้องสอบถามจากธนาคารแห่งประเทศไทยหรือสำนักงานสาขาส่วนภูมิภาคของธนาคารแห่งประเทศไทยโดยตรง

(6) การตราราคาสินค้า

ราคาสินค้าคงเหลือ ในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี ให้คำนวณตามราคาทุนหรือราคาตลาดแล้วแต่อย่างใดจะน้อยกว่า และให้ถือราคานี้เป็นราคาสินค้าคงเหลือยกมาสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีใหม่ด้วย

(7) การคำนวณราคาทุนของสินค้าที่ส่งเข้ามาจากต่างประเทศ

เจ้าพนักงานประเมินมีอำนาจประเมิน โดยเทียบเคียงกับราคาทุนของสินค้าประเภทและชนิดเดียวกับที่ส่งเข้าไป ในประเทศอื่นได้

(8) การคำนวณราคาทุนของสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศ

ถ้าราคาทุนของสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศ ให้คำนวณเป็นเงินตราไทย ตามอัตราแลกเปลี่ยนในท้องตลาดของวันที่ได้สินค้านั้นมา เว้นแต่เงินตราต่างประเทศนั้นจะแลกเปลี่ยนได้โดยอัตราทางราชการก็ให้คำนวณเป็นเงินตราไทยตามอัตราทางราชการนั้น

(9) การจำหน่ายหนี้สูญ

การจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ จะกระทำต่อเมื่อเป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนด โดยกฎกระทรวง ฉบับที่ 186 (พ.ศ. 2534) แต่ถ้าได้รับชำระหนี้ในรอบระยะเวลาบัญชีใดให้นำมาคำนวณเป็นรายได้ในรอบระยะเวลาบัญชีนั้น หนี้สูญรายใดให้นำมาคำนวณเป็นรายได้แล้วหากได้รับชำระในภายหลังก็มีให้นำมาคำนวณเป็นรายได้อีก

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้

ข้อ 1 หนี้สูญที่จะจำหน่ายจากบัญชีลูกหนี้ต้องเป็นหนี้ที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ต้องเป็นหนี้จากการประกอบกิจการหรือเนื่องจากการประกอบกิจการ หรือหนี้ที่รวบรวมเป็นเงินได้ในกรณีคำนวณ กำไรสุทธิ ทั้งนี้ ไม่รวมถึงหนี้ที่ผู้เป็น หรือเคยเป็นกรรมการหรือหุ้นส่วน ผู้จัดการเป็นลูกหนี้ ไม่ว่าจะหนี้ที่เกิดขึ้นก่อน หรือในขณะที่ผู้เป็น กรรมการหรือหุ้นส่วนผู้จัดการ

(2) ต้องเป็นหนี้ที่ยังไม่ขาดอายุความและมีหลักฐานโดยชัดแจ้งที่สามารถฟ้องลูกหนี้ได้
ข้อ 2 การจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ในกรณีหนี้ของลูกหนี้แต่ละราย มีจำนวนเกิน 500,000 บาทขึ้นไป ต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) ได้ติดตามทวงถามให้ชำระหนี้ตามสมควรแก่กรณี โดยมีหลักฐานการติดตามทวงถามอย่างชัดแจ้งและไม่ได้ รับชำระหนี้ โดยปรากฏว่า

ก. ลูกหนี้ถึงแก่ความตาย เป็นคนสาบสูญ หรือมีหลักฐานว่าหายสาบสูญไปและไม่มีทรัพย์สินใด ๆ จะชำระหนี้ได้

ข. ลูกหนี้เลิกกิจการ และมีหนี้ของเจ้าหนี้รายอื่นที่บุริมสิทธิเหนือทรัพย์สินทั้งหมดของลูกหนี้อยู่ในลำดับ ก่อนเป็นจำนวนมากกว่าทรัพย์สินของลูกหนี้

(2) ได้ดำเนินการฟ้องลูกหนี้ในคดีแพ่งหรือได้ยื่นคำขอเจ้ลี่ยหนี้ในคดีที่ลูกหนี้ถูกเจ้าหนี้รายอื่นฟ้องในคดีแพ่ง และในกรณีนั้น ๆ ได้มีคำสั่งบังคับหรือคำสั่งของศาลแล้ว แต่ลูกหนี้ไม่มีทรัพย์สินใด ๆ จะชำระหนี้ได้ หรือ

(3) ได้ดำเนินการฟ้องลูกหนี้ในคดีล้มละลายหรือได้ยื่นคำขอรับชำระหนี้ในคดีลูกหนี้ถูกเจ้าหนี้รายอื่นฟ้องในคดีล้มละลาย และในกรณีนั้น ๆ ได้มีการประนอมหนี้กับลูกหนี้โดยมีคำสั่งเห็นชอบด้วยกับการประนอมหนี้ หรือลูกหนี้ถูก ศาลพิพากษาให้เป็นบุคคลล้มละลายและได้มีการแบ่งทรัพย์สินของลูกหนี้ครั้งแรกแล้ว

ข้อ 3 การจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ในกรณีหนี้ของลูกหนี้แต่ละรายมีจำนวนไม่เกิน 500,000 บาท ต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) ได้ดำเนินการตามข้อ 2 (1) แล้ว

(2) ได้ดำเนินการฟ้องลูกหนี้ในคดีแพ่งและศาลได้มีคำสั่งรับคำฟ้องนั้นแล้ว หรือได้ยื่นคำขอเจ้ลี่ยหนี้ในคดี ลูกหนี้ถูกเจ้าหนี้รายอื่นฟ้องในคดีแพ่งและศาลได้มีคำสั่งรับคำฟ้องนั้นแล้ว หรือ

(3) ได้ดำเนินการฟ้องลูกหนี้ในคดีล้มละลายและศาลได้มีคำสั่งรับคำฟ้องนั้นแล้วหรือได้ยื่นคำขอรับชำระหนี้ ในคดีที่ลูกหนี้ถูกเจ้าหนี้รายอื่นฟ้องในคดีล้มละลาย และศาลได้มีคำสั่งรับคำขอรับชำระหนี้แล้ว

ในกรณีตาม (2) หรือ (3) กรรมการหรือหุ้นส่วนผู้จัดการของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลผู้เป็นเจ้าของนี้มีคำสั่งอนุมัติให้จำหน่ายหุ้นนั้นเป็นหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ภายใน 30 วัน นับแต่วันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชีนั้น

ข้อ 4 การจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ธนาคาร หรือบริษัทเงินทุนตามกฎหมาย ว่าด้วยการประกอบธุรกิจ เงินทุน ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจเครดิตฟองซิเออร์ ในกรณีหนี้ของลูกหนี้แต่ละรายมีจำนวนไม่เกิน 200,000 บาท ให้กระทำได้โดยไม่ต้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์ในข้อ 2 หรือข้อ 3 ถ้าปรากฏว่าไม่มีหลักฐานการติดตาม ทวงถาม ให้ชำระหนี้ตามสมควรแก่กรณีแล้ว แต่ไม่ได้รับชำระหนี้ และหากจะฟ้องลูกหนี้จะต้องเสียค่าใช้จ่ายไม่คุ้มกับ หนี้ที่จะได้รับชำระความในวรรคหนึ่งให้ใช้บังคับสำหรับการจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลอื่นที่มีธนาคารหรือบริษัทเงินทุนดังกล่าว ในกรณีหนี้ของลูกหนี้แต่ละรายมีจำนวนไม่เกิน 100,000 บาท ด้วย

ข้อ 5 การจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ซึ่งเป็นสถาบันการเงินในส่วนของหนี้ที่เจ้าหนีดังกล่าวได้ปลดหนี้ให้ลูกหนี้ในระหว่างวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2546 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2546 อันเนื่องมาจากการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ตามหลักเกณฑ์ การปรับปรุงโครงสร้างหนี้ของสถาบันการเงินที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนดให้กระทำได้โดยไม่ต้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์ในข้อ 2 ข้อ 3 หรือข้อ 4

"สถาบันการเงิน" หมายความว่า

- (1) ธนาคารพาณิชย์ตามกฎหมาย ว่าด้วยการธนาคารพาณิชย์
- (2) บริษัทเงินทุน บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ หรือบริษัทเครดิตฟองซิเออร์ ตามกฎหมาย ว่าด้วยการประกอบธุรกิจ เงินทุน ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจเครดิตฟองซิเออร์
- (3) บริษัทบริหารสินทรัพย์ตามกฎหมาย ว่าด้วยบริหารสินทรัพย์
- (4) นิติบุคคลอื่นที่อธิบดีกรมสรรพากรประกาศกำหนด โดยอนุวัติรัฐมนตรี

ข้อ 6 การจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ในส่วนที่ได้ปลดหนี้หรือประนอมหนี้ให้ลูกหนี้ตามแผนฟื้นฟูกิจการของลูกหนี้ที่ศาลได้มีคำสั่งเห็นชอบตามกฎหมาย ว่าด้วยล้มละลาย ให้กระทำได้โดยไม่ต้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์ในข้อ 2 ข้อ 3 หรือข้อ 4

ข้อ 7 การจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ของเจ้าหนี้อื่น ในส่วนของหนี้ที่ได้ปลดหนี้ให้แก่ลูกหนี้ อันเนื่องมาจากการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ของเจ้าหนี้อื่น ซึ่งได้ดำเนินการปรับปรุงโครงสร้างหนี้โดยนำหลักเกณฑ์การปรับปรุงโครงสร้าง หนี้ของสถาบันการเงินที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนดมาใช้โดยอนุโลม ให้กระทำได้โดยไม่ต้องดำเนินการ ตามหลักเกณฑ์

ในข้อ 2 ข้อ 3 และข้อ 4 ทั้งนี้เฉพาะการปลดหนี้ที่ได้กระทำในระหว่างวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2546 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2546

"สถาบันการเงิน" หมายความว่า

- (1) ธนาคารพาณิชย์ตามกฎหมาย ว่าด้วยการธนาคารพาณิชย์
 - (2) ธนาคารออมสิน
 - (3) บริษัทเงินทุน บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ หรือเครดิตฟองซิเอร์ ตามกฎหมาย ว่าด้วยการประกอบธุรกิจเงินทุน ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจเครดิตฟองซิเอร์
 - (4) สถาบันการเงินที่มีกฎหมายโดยเฉพาะของประเทศไทยจัดตั้งขึ้นสำหรับให้กู้ยืมเงิน เพื่อ ส่งเสริมเกษตรกรรม พาณิชยกรรม หรืออุตสาหกรรม
 - (5) บริษัทบริหารสินทรัพย์ตามกฎหมาย ว่าด้วยบริษัทบริหารสินทรัพย์
 - (6) นิติบุคคลอื่นที่อธิบดีกรมสรรพากรประกาศกำหนดโดยอนุมัติรัฐมนตรี
- "เจ้าหนี้อื่น" หมายความว่า เจ้าหนี้ที่มีใช้สถาบันการเงิน ซึ่งได้ดำเนินการเจรจาร่วมกับสถาบันการเงินในการปรับ ปรุงโครงสร้างหนี้ให้แก่ลูกหนี้ และได้ทำความตกลงเป็นหนังสือร่วมกับเจ้าหนี้ซึ่งเป็นสถาบันการเงิน

"ลูกหนี้" หมายความว่า ลูกหนี้ของเจ้าหนี้อื่น ซึ่งเป็นลูกหนี้ของสถาบันการเงินด้วยและให้หมายความรวมถึงผู้ค้ำ ประกันของลูกหนี้ด้วย

ข้อ 8 การจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ของสถาบันการเงินในส่วนของหนี้ที่เป็นลูกหนี้จัดชั้นสูญและลูกหนี้ จัดชั้นสงสัยจะสูญที่ได้กั้นเงินสำรองครบร้อยละ 100 ตามหลักเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด สำหรับหนี้ในส่วนที่ได้กั้นเงินสำรองไว้ในรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดในหรือหลังวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2540 เป็นต้นไป ให้กระทำได้โดยไม่ต้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์ในข้อ 2 ข้อ 3 หรือข้อ 4

การจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ของสถาบันการเงินในส่วนของหนี้ที่เป็นลูกหนี้จัดชั้นสูญและลูกหนี้จัดชั้นสงสัยจะสูญที่ได้กั้นเงินสำรองร้อยละ 100 ตามหลักเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด สำหรับหนี้ในส่วนที่ได้กั้นเงินสำรองไว้ในรอบระยะเวลาบัญชีที่สิ้นสุดในหรือหลังวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2534 จนถึงรอบระยะเวลาบัญชีที่สิ้นสุด ในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2539 โดย

- (1) ในส่วนของหนี้ที่ได้กั้นเงินสำรองไว้แต่ไม่อาจถือเป็นรายจ่ายในการคำนวณกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิไปแล้วในรอบระยะเวลาบัญชีนั้น ให้จำหน่ายหนี้สูญออกจากบัญชีลูกหนี้ได้โดยไม่ต้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์ในข้อ 2 ข้อ 3 หรือข้อ 4

"สถาบันการเงิน" หมายความว่า

- (1) ธนาคารพาณิชย์ตามกฎหมาย ว่าด้วยการธนาคารพาณิชย์
- (2) บริษัทเงินทุน บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ หรือบริษัทเครดิตฟองซิเออร์ ตามกฎหมาย ว่าด้วยการประกอบธุรกิจ เงินทุน ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจเครดิตฟองซิเออร์
- (3) บริษัทบริหารสินทรัพย์ที่สถาบันการเงินตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทบริหารสินทรัพย์ หรือกองทุนเพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาสถาบันการเงินถือหุ้น โดยตรงหรือโดยอ้อมเกินกว่า ร้อยละ 50 ของหุ้นทั้งหมดที่มีสิทธิออกเสียง ทั้งนี้ การถือหุ้นโดยอ้อมให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีกรมสรรพากรประกาศกำหนด

(4) นิติบุคคลอื่นที่อธิบดีกรมสรรพากรประกาศกำหนดโดยอนุมัติรัฐมนตรี

ข้อ 9 นี้ของลูกหนี้รายใดที่เข้าลักษณะตามข้อ 1 และได้ดำเนินการตามข้อ 2 ข้อ 3 ข้อ 4 ข้อ 5 ข้อ 6 ข้อ 7 หรือข้อ 8 ครบถ้วนแล้วในรอบระยะเวลาบัญชีใด ให้จำหน่ายเป็นหนี้สูญจาก บัญชีลูกหนี้และถือเป็นรายจ่ายในรอบระยะเวลาบัญชีนั้น เว้นแต่กรณีตามข้อ 3 (2) และ (3) ให้ถือเป็นรายจ่ายในรอบระยะเวลาบัญชีที่ศาลได้มีคำสั่งรับคำฟ้องขอเฉลี่ยหนี้ หรือคำขอรับชำระหนี้ และกรณีตามข้อ 6 ให้ถือเป็นรายจ่ายในรอบระยะเวลาบัญชีที่ศาลได้มีคำสั่ง เห็นชอบ แผนฟื้นฟู กิจการของ ลูกหนี้ แล้วแต่กรณี

(10) การคำนวณเงินปันผลเป็นรายได้

สำหรับบริษัทจำกัดที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ให้นำเงินปันผลที่ได้จากบริษัทจำกัดที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย กองทุนรวมหรือสถาบันการเงินที่มีกฎหมายโดยเฉพาะของประเทศไทย จัดตั้งขึ้นสำหรับให้กู้ยืมเงินเพื่อการส่งเสริม เกษตรกรรม พาณิชยกรรม หรืออุตสาหกรรม และเงินส่วนแบ่งกำไรที่ได้จากกิจการร่วมค้า มารวมคำนวณเป็นรายได้เพียง กึ่งหนึ่งของจำนวนที่ได้ เว้นแต่บริษัทจำกัดที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ดังต่อไปนี้ไม่ต้องนำเงินปันผลที่ได้จากบริษัท จำกัด ที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย กองทุนรวม หรือสถาบันการเงินที่มีกฎหมายโดยเฉพาะของประเทศไทยจัดตั้งขึ้นสำหรับให้ กู้ยืมเงินเพื่อส่งเสริมเกษตรกรรม พาณิชยกรรม หรืออุตสาหกรรม และเงินส่วนแบ่งกำไรที่ได้จากกิจการร่วมค้ามารวม คำนวณเป็นรายได้

(ก) บริษัทจดทะเบียน

(ข) บริษัทจำกัด นอกจาก (ก) ซึ่งถือหุ้นในบริษัทจำกัดผู้จ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของหุ้นทั้งหมดที่มีสิทธิออกเสียงในบริษัทจำกัด ผู้จ่ายเงินปันผลและบริษัทจำกัด ผู้จ่ายเงินปันผล ไม่ได้ถือหุ้นในบริษัทจำกัด ผู้รับเงินปันผลไม่ว่า โดยตรงหรือโดยทางอ้อม

ความในวรรคหนึ่งมิให้ใช้บังคับในกรณีที่บริษัทจำกัดหรือบริษัทจดทะเบียนที่มีเงินได้ที่ เป็นเงินปันผล และเงินส่วนแบ่งกำไรนั้น ไว้ไม่ถึงสามเดือนนับแต่วันที่ได้หุ้นหรือหน่วยลงทุนนั้น มาถึงวันมีเงินได้ดังกล่าวหรือได้อोनหุ้น หรือหน่วยลงทุนนั้น ไปก่อนสามเดือนนับแต่วันที่มิเงินได้

เงินปันผลที่ได้จากการลงทุนของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพตามมาตรา 65 ตรี (2) ไม่ให้ถือว่าเป็นเงินปันผล หรือเงินส่วนแบ่งกำไรตามความในวรรคสอง

(11) ดอกเบี้ยกู้ยืมที่อยู่ในบังคับต้องถูกหักภาษีไว้ ณ ที่จ่าย ตามกฎหมาย ว่าด้วยภาษีเงินได้ปีโตรเลียมให้นำมารวมคำนวณเป็นรายได้เพียงเท่าที่เหลือจากถูกหักภาษีไว้ ณ ที่จ่าย ตามกฎหมายดังกล่าว และถ้าผู้รับเป็นบริษัทจดทะเบียนให้นำบทบัญญัติของข้อ 10 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

(12) เงินปันผลหรือเงินส่วนแบ่งของกำไร ที่อยู่ในบังคับต้องถูกหักภาษีไว้ ณ ที่จ่าย ตามความหมายว่าด้วยภาษีเงินได้ปีโตรเลียมให้นำมารวมคำนวณเป็นรายได้เพียงเท่าที่เหลือจากถูกหักภาษีไว้ ณ ที่จ่าย ตามกฎหมายดังกล่าว และถ้าผู้รับเป็นบริษัทจดทะเบียนให้นำบทบัญญัติของข้อ 10 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

(13) มูลนิธิหรือสมาคม มูลนิธิ หรือสมาคมที่ประกอบกิจการซึ่งมีรายได้ไม่ต้องนำเงินค่าลงทะเบียน หรือค่าบำรุง ที่ได้รับจากสมาชิก หรือเงิน หรือทรัพย์สินที่ได้รับจากการรับบริจาค หรือจากการให้โดยเสน่หาแล้วแต่กรณีมารวมคำนวณ เป็นรายได้

(14) ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีขาย ซึ่งบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ได้รับหรือพึงได้รับ และภาษีมูลค่าเพิ่มซึ่งได้รับคืนจากการขอคืน ไม่ต้องนำมารวมคำนวณเป็นรายได้

4.5 เงื่อนไขการคำนวณกำไรสุทธิตามมาตรา 65 ตรี (รายจ่ายต้องห้าม)

(1) เงินสำรองต่าง ๆ นอกจาก

ก. เงินสำรองจากเบี้ยประกันภัยเพื่อสมทบทุนประกันชีวิตที่กันไว้ก่อนคำนวณกำไร เฉพาะส่วนที่ไม่เกินร้อยละ 65 ของจำนวนเบี้ยประกันภัยที่ได้รับในรอบระยะเวลาบัญชีหลังจากหักเบี้ยประกัน ซึ่งเอาประกันต่อออกแล้วถือเป็นรายจ่ายได้ในรอบระยะเวลาบัญชี ถ้ากิจการจำเป็นต้องใช้เงินตามจำนวนที่เอาประกัน สำหรับกรรมธรรม์ประกันชีวิตรายใด ไม่ว่าเต็มจำนวน หรือบางส่วน เงินที่ใช้ไปเฉพาะส่วนที่เกินเงินสำรองที่ตั้งไว้ถือเป็นรายจ่ายได้ (ส่วนที่ไม่เกินถือเป็นรายจ่ายไม่ได้) เมื่อกรรมธรรม์ประกันชีวิตสิ้นสุดลงโดยการเลิกสัญญากรรมธรรม์เงินสำรองที่ตั้งไว้สำหรับกรรมธรรม์ รายที่เลิกต้องโอนกลับไปเป็นรายได้ในรอบระยะเวลาบัญชีที่เลิกกรรมธรรม์นั้น

ข. เงินสำรองจากเบี้ยประกัน เพื่อสมทบทุนประกันภัยอื่นที่กันไว้ก่อนคำนวณกำไร เฉพาะส่วนที่ไม่เกินร้อยละ 40 ของจำนวนเบี้ยประกันภัยที่ได้รับในรอบระยะเวลาบัญชี หลังจากหักเบี้ยประกันภัยซึ่งเอาประกันต่อออกแล้วถือเป็นรายจ่ายได้

เงินสำรองที่กันไว้ นี้ จะต้องถือเป็นรายได้ในการคำนวณกำไรสุทธิเพื่อเสียภาษีในรอบระยะเวลาบัญชีปีถัดไป

ค. เงินสำรองที่กันไว้เป็นค่าเผื่อนี้สูญหรือหนี้สงสัยจะสูญ สำหรับหนี้จากการให้สินเชื่อที่ธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน บริษัทหลักทรัพย์ หรือบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ได้กันไว้ตามกฎหมายว่าด้วยการธนาคารพาณิชย์ หรือกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจเงินทุน ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจเครดิตฟองซิเอร์ แล้วแต่กรณี ทั้งนี้ เฉพาะส่วนที่ดั่งเพิ่มขึ้นจากเงินสำรองประเภทดังกล่าวที่ปรากฏในงบดุลของรอบระยะเวลาบัญชีก่อน เงินสำรองส่วนที่ดั่งเพิ่มขึ้นตามวรรคหนึ่ง และได้นำมาถือเป็นรายจ่ายในการคำนวณกำไรสุทธิไปแล้วในรอบระยะเวลาบัญชีใด ต่อมาหากมีการตั้งเงินสำรองดังกล่าวลดลงให้นำเงินสำรองส่วนที่ดั่งลดลงซึ่งได้ถือเป็นรายจ่ายไปแล้วนั้น มารวมคำนวณเป็นรายได้ในรอบระยะเวลาบัญชีที่ตั้งเงินสำรองลดลงนั้น

(2) เงินกองทุน เว้นแต่กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งเป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดโดยกฎกระทรวง ฉบับที่ 183 (พ.ศ. 2533)

(3) รายจ่ายอันมีลักษณะเป็นการส่วนตัวการให้โดยเสนาหาหรือการกุศล เว้นแต่รายจ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะ หรือเพื่อการสาธารณประโยชน์ตามที่อธิบดีกำหนด โดยอนุมติรัฐมนตรี ให้หักได้ในส่วนที่ไม่เกินร้อยละ 2 ของกำไรสุทธิ และรายจ่ายเพื่อการศึกษารวมหรือเพื่อการกีฬา ตามที่อธิบดีกำหนด โดยอนุมติรัฐมนตรีให้หักได้อีกในส่วนที่ไม่เกินร้อยละ 2 ของกำไรสุทธิ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ตามประกาศกรมสรรพากรเกี่ยวกับภาษีเงินได้ (ฉบับที่ 44) ดังนี้

ข้อ 1 รายจ่ายเพื่อการสาธารณประโยชน์ ได้แก่ รายจ่ายที่จ่ายให้หรือเพื่อกิจการดังต่อไปนี้

- (1) การส่งเสริม อนุรักษ์ และรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสงวน และสัตว์คุ้มครองตามกฎหมายว่าด้วยการสงวนคุ้มครอง สัตว์ป่า
- (2) การคุ้มครองและดูแลรักษาอุทยานแห่งชาติตามกฎหมาย ว่าด้วยอุทยานแห่งชาติ
- (3) การคุ้มครองและรักษาป่าสงวนแห่งชาติตามกฎหมาย ว่าด้วยป่าสงวนแห่งชาติ
- (4) การส่งเสริม คุ้มครองและรักษาและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมตามกฎหมาย ว่าด้วยการส่งเสริมและรักษา คุณภาพและสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ
- (5) การควบคุม ป้องกัน แก้ไข ตลอดจนการลดและขจัดอันตรายอันเกิดจากการแพร่กระจายของมลพิษ หรือภาวะมลพิษและของเสียอันตรายตามกฎหมาย ว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- (6) กองทุนสิ่งแวดล้อม ตามกฎหมาย ว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ
- (7) การบูรณะโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปวัตถุ ตามกฎหมาย ว่าด้วยโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

(8) การก่อสร้างถนนและได้โอนกรรมสิทธิ์ให้แก่ส่วนราชการและองค์การของรัฐบาล โดยไม่มีค่าตอบแทน ทั้งนี้เฉพาะส่วนราชการหรือองค์การของรัฐบาลผู้รับโอนได้ให้ประชาชนใช้ประโยชน์ในถนนดังกล่าว ทั้งนี้ ระบายตาม (1) ถึง (8) ต้องเป็นการจ่ายให้แก่กิจการตามโครงการพระราชดำริของทางราชการ หรือองค์การของรัฐบาล หรือองค์การกุศลสาธารณะที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา 47 (7) (ข) แห่งประมวลรัษฎากร

ข้อ 2 ระบายเพื่อการศึกษา ได้แก่ ระบายในการบริจาคเงินหรือทรัพย์สินที่จ่ายให้แก่หรือเพื่อกิจการ ดังต่อไปนี้

- (1) สถานศึกษา หอสมุด หรือห้องสมุด หรือสถาบันวิจัย ทั้งนี้เฉพาะของทางราชการ
- (2) การให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียน นิสิต นักศึกษา เป็นการทั่วไป
- (3) กระทรวง ทบวง กรม เทศบาล สุขาภิบาล หรือองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างสถานศึกษา หอสมุด หรือห้องสมุดของทางราชการ
- (4) สถานศึกษาที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย ว่าด้วยโรงเรียนเอกชน โดยบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือนิติบุคคลอื่น และสถานศึกษาที่เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามกฎหมาย ว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ข้อ 3 ระบายเพื่อการศึกษา ได้แก่ ระบายในการบริจาคเงินหรือทรัพย์สินให้แก่หรือเพื่อกิจการดังต่อไปนี้

- (1) การกีฬาแห่งประเทศไทย
- (2) คณะกรรมการกีฬาจังหวัด ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ว่าด้วยการกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมกีฬาในจังหวัด
- (3) กรมพลศึกษา เพื่อการจัดการแข่งขันกีฬานักเรียน
- (4) สมาคมกีฬาสมัครเล่นที่ได้รับอนุญาตจากการกีฬาแห่งประเทศไทย
- (4) ค่ารับรองหรือค่าบริการ ส่วนที่ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด โดยกฎกระทรวง ดังนั้น ค่ารับรองที่จะหักเป็นรายจ่ายได้ จะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดโดยกฎกระทรวงฉบับที่ 143 (แก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวง ฉบับที่ 222 สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่ม ในปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นไป)

ก. ค่ารับรองหรือค่าบริการนั้น ต้องเป็นค่ารับรองหรือค่าบริการอันจำเป็นตามธรรมเนียมประเพณีทางธุรกิจทั่วไป และบุคคลซึ่งได้รับรองหรือรับบริการ ต้องมิใช่ลูกจ้างของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล เว้นแต่ลูกจ้างดังกล่าวจะมีหน้าที่เข้าร่วมในการรับรองหรือการบริการนั้นด้วย

ข. ค่ารับรองหรือค่าบริการต้อง

1. เป็นค่าใช้จ่ายอันเกี่ยวเนื่องโดยตรงกับการรับรองหรือการบริการที่จะอำนวยความสะดวกแก่กิจการ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเครื่องดื่ม ค่าคู่มือโทรศัพ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการกีฬา เป็นต้น หรือ

2. เป็นค่าสิ่งของที่ให้แก่บุคคลซึ่งได้รับการรับรองหรือรับบริการ ไม่เกินคนละ 2,000 บาท ในแต่ละคราวที่มีการรับรองหรือการบริการ

ค. จำนวนเงินค่ารับรองและค่าบริการให้นำมาหักเป็นรายจ่ายได้เท่ากับจำนวนเท่าที่ต้องจ่าย แต่รวมกันต้องไม่เกินร้อยละ 0.3 ของจำนวนเงินยอดรายได้ หรือยอดขายที่ต้องนำมารวม หรือคำนวณกำไรสุทธิ ก่อนหักรายจ่ายใดในรอบระยะเวลาบัญชี หรือของจำนวนเงินทุนที่ได้รับชำระแล้วถึงวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี แล้วแต่อย่างใดจะมากกว่า ทั้งนี้รายจ่ายที่จะนำมาหักได้จะต้องมีจำนวนสูงสุดไม่เกิน 10 ล้านบาท

ง. ค่ารับรองหรือค่าบริการนั้น ต้องมีกรรมการหรือผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้จัดการ หรือผู้ได้รับมอบหมายจากบุคคลดังกล่าวเป็นผู้อนุมัติ หรือคำสั่งจ่ายค่ารับรองหรือค่าบริการนั้นด้วย และต้องมีใบรับหรือหลักฐานของผู้รับเงินสำหรับเงินที่จ่ายเป็นค่ารับรองหรือค่าบริการ เว้นแต่ในกรณีที่ผู้รับเงินไม่มีหน้าที่ต้องออกไปรับตามประมวลรัษฎากร

(5) รายจ่ายอันมีลักษณะเป็นการลงทุน หรือรายจ่ายในการต่อเติมเปลี่ยนแปลงขยายออก หรือทำให้ดีขึ้นซึ่งทรัพย์สิน แต่ไม่ใช่เป็นการซ่อมแซมให้คงสภาพเดิม

(6) ภาษีมูลค่าเพิ่มที่ชำระหรือพึงชำระ และภาษีซื้อของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการจดทะเบียน เว้นแต่ภาษีซื้อที่ต้องหำนำมาหักในการคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภาษีซื้อจากรายจ่ายเพื่อการรับรอง หรือที่มีลักษณะทำนองเดียวกันตามอธิบดีกำหนด) หรือภาษีซื้ออื่นตามที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาฯ (ฉบับที่ 243) พ.ศ. 2543 และประกาศอธิบดีกรมสรรพากรฯ (ฉบับที่ 42)

(7) การถอนเงิน โดยปราศจากค่าตอบแทนของผู้เป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล

(8) เงินเดือนของผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วนเฉพาะส่วนที่จ่ายเกินสมควร

(9) รายจ่ายซึ่งกำหนดขึ้นเอง โดยไม่มีการจ่ายจริง หรือรายจ่ายซึ่งควรจะได้จ่ายในรอบระยะเวลาบัญชีอื่น เว้นแต่ในกรณีที่ไม่สามารถจะลงจ่ายในรอบระยะเวลาบัญชีใด ก็อาจลงจ่ายในรอบระยะเวลาบัญชีที่ถัดไปได้

(10) ค่าตอบแทนแก่ทรัพย์สินซึ่งบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลเป็นเจ้าของและใช้เอง

(11) ดอกเบี้ยที่คิดให้สำหรับเงินทุน เงินสำรองต่าง ๆ หรือเงินกองทุนของตนเอง

(12) ผลเสียหายอันอาจได้กลับคืนเนื่องจากการประกันหรือสัญญาคุ้มครองกันใด ๆ หรือขาดทุนสุทธิในรอบระยะเวลาบัญชีก่อน ๆ เว้นแต่ผลขาดทุนสุทธิ ยกมาไม่เกินห้าปีก่อนรอบระยะเวลาบัญชีปัจจุบัน สำหรับการนำผลขาดทุนสุทธินี้มาหักนี้ กรมสรรพากรได้วางแนวทางได้ดังนี้

สถาบันการเงิน" หมายความว่า

1. ต้องเป็นผลขาดทุนสุทธิ ซึ่งได้คำนวณขึ้นตามเงื่อนไขตามมาตรา 65 ทวิ และมาตรา 65 ตริ แห่งประมวลรัษฎากร

2. เป็นผลขาดทุนสุทธิที่เกิดขึ้นในรอบระยะเวลาบัญชี ซึ่งย้อนหลังขึ้นไปได้ไม่เกินห้าปี นับจากปีปัจจุบัน

3.ให้นำผลขาดทุนสุทธิที่เกิดขึ้นในรอบระยะเวลาบัญชีที่เกิดขึ้นก่อนนำไปหักจากผลกำไรของรอบระยะเวลาบัญชีแรกที่มีผลกำไรก่อน หากปรากฏว่าเมื่อหักกลบลบกันแล้วยังมีผลขาดทุนสุทธิอยู่ก็การมีสิทธิจะนำผลขาดทุนสุทธินั้นไปหักจากกำไรปีต่อ ๆ ไปได้อีก แต่ต้องไม่เกินห้ารอบระยะเวลาบัญชี หากเกินห้ารอบระยะเวลาบัญชี ย่อมหมดสิทธิที่จะยกไปหักอีกต่อไป

(13) รายจ่ายซึ่งมิใช่รายจ่ายเพื่อหากำไรหรือเพื่อกิจการโดยเฉพาะ

(14) รายจ่ายซึ่งมิใช่รายจ่ายเพื่อกิจการในประเทศไทยโดยเฉพาะ

(15) ค่าซื้อทรัพย์สินและรายจ่ายเกี่ยวกับการซื้อ หรือขายทรัพย์สินในส่วนที่เกินปกติโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

(16) ค่าของทรัพย์สินหรือสิทธิที่สูญหรือสิ้นไปเนื่องจากกิจการที่ทำ

(17) ค่าของทรัพย์สินนอกจากสินค้าที่ตีราคาต่ำลง ทั้งนี้ ภายใต้งบบังคับมาตรา 65 ทวิ

(18) รายจ่ายซึ่งผู้จ่ายพิสูจน์ไม่ได้ว่าใครเป็นผู้รับ

(19) รายจ่ายใดๆ ที่กำหนดจ่ายจากผลกำไรที่ได้เมื่อสิ้นสุดรอบระยะเวลาบัญชีแล้ว

(20) รายจ่ายที่มีลักษณะทำนองเดียวกับที่ระบุไว้ใน (1) ถึง (19) ซึ่งจะกำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา

ราชกฤษฎีกา

ปัจจุบันมีพระราชกฤษฎีกาฯ (ฉบับที่ 315) พ.ศ. 2540 กำหนดว่ารายจ่ายต่อไปนี้ ไม่ให้ถือเป็นรายจ่ายในการคำนวณ กำไรสุทธิ (ใช้บังคับสำหรับทรัพย์สินที่ได้มา หรือที่ได้ทำสัญญาเช่าเป็นหนังสือตั้งแต่วันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2539 เป็นต้นไป)

1. มูลค่าต้นทุนของทรัพย์สินประเภทรถยนต์นั่งและรถยนต์โดยสารที่มีที่นั่งไม่เกินสิบคนตามกฎหมาย ว่าด้วยพิศกัฏธราภามีสรรพสามิตเฉพาะส่วนที่เกินคันละหนึ่งล้านบาท ทั้งนี้ ไม่รวมถึงกรณีที่

ก. ผู้ประกอบธุรกิจซื้อขายหรือให้เช่าซื้อรถยนต์ มีรถยนต์ประเภทดังกล่าวไว้เพื่อเป็นสินค้า หรือ

ข. ผู้ประกอบธุรกิจให้เช่ารถยนต์มีรถยนต์ประเภทดังกล่าวไว้เพื่อการให้เช่าเฉพาะ มูลค่าที่เหลือหลังจากหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาตามมาตรา 65 ทวิ (2) แห่งประมวลรัษฎากร คำว่า "ทรัพย์สิน" หมายความรวมถึงทรัพย์สินที่ได้มาโดยการซื้อ รวมถึงการเช่าซื้อหรือการซื้อขายเงินผ่อนด้วย

2. ค่าเช่าทรัพย์สินประเภทรถยนต์นั่งและรถยนต์โดยสารที่มีที่นั่งไม่เกินสิบคนตามกฎหมาย ว่าด้วยพิกัด อัตราภาษีสรรพสามิต เฉพาะค่าเช่าส่วนที่เกินคันละสามหมื่นหกพันบาทต่อเดือน ในกรณีที่เช่าเป็นรายเดือนหรือรายปี หรือค่าเช่าส่วนที่เกินคันละหนึ่งพันสองร้อยบาทต่อวัน ในกรณีที่เช่าเป็นรายวันเศษของเดือนให้คิดเป็นวัน หากเช่าไม่ถึงหนึ่งวัน ให้คำนวณค่าเช่าตามส่วนของระยะเวลาที่เช่าทั้งนี้ โดยรวมภาษีมูลค่าเพิ่มด้วย

4.6 อัตราภาษี และการคำนวณภาษี

(1) อัตราภาษี

ก. ภาษีจากกำไรสุทธิของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ร้อยละ 30

ข. ภาษีจากกำไรสุทธิเฉพาะกรณีที่ได้จากการประกอบกิจการวิเทศธนกิจตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่องการประกอบกิจการวิเทศธนกิจของธนาคารพาณิชย์ ลงวันที่ 16 กันยายน พ.ศ. 2535 ร้อยละ 10

(2) การคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลจากกำไรสุทธิ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลจากกำไรสุทธิและต้องคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคล และยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีปีละ 2 ครั้ง ดังนี้

ก. การคำนวณเงินได้นิติบุคคลครั้งรอบระยะเวลาบัญชีนั้น ได้มีบัญญัติไว้ในมาตรา 67 ทวิ แห่งประมวล รัษฎากรดังนี้

(1) ในกรณีบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล นอกจากที่กล่าวใน (2) ให้จัดทำประมาณการกำไร สุทธิ หรือขาดทุนสุทธิ ซึ่งได้จากกิจการหรือเนื่องจากกิจการที่ได้กระทำหรือจะ ได้กระทำในรอบระยะเวลาบัญชีนั้น แล้ว ให้คำนวณและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลจากจำนวนกึ่งหนึ่งของประมาณการกำไรสุทธิในรอบระยะเวลาบัญชีนั้น

(2) ในกรณีบริษัทจดทะเบียนธนาคารพาณิชย์ตามกฎหมาย ว่าด้วยการธนาคารพาณิชย์ หรือ บริษัทเงินทุน บริษัทหลักทรัพย์ หรือบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ หรือบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีกำหนด ให้คำนวณและชำระภาษีจากกำไรสุทธิของรอบระยะเวลาหกเดือนนับแต่วันแรกของรอบระยะเวลาบัญชีตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในมาตรา 65

ทวิ และ 65 ตรี ภาษีเงินได้นิติบุคคลครึ่งรอบระยะเวลาบัญชีนี้ให้ถือเป็นเครดิตในการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลเมื่อสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี คือ เอาไปหักออกจากภาษีที่ต้องเสียจากกำไรสุทธิของทั้งรอบระยะเวลาบัญชีและในกรณีที่ภาษีที่เสียไว้ครึ่งรอบระยะเวลาบัญชีสูงกว่าภาษีที่จะต้องเสียทั้งรอบระยะเวลาบัญชี บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลก็มีสิทธิขอคืนภาษีที่ชำระไว้เกินได้ กรณีที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลมีรอบระยะเวลาบัญชีแรกหรือรอบระยะเวลาบัญชีสุดท้าย น้อยกว่า 12 เดือน ไม่ต้องยื่นแบบแสดงรายการและเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลครึ่งรอบระยะเวลาบัญชี

ข. การคำนวณเงินได้นิติบุคคลจากกำไรสุทธิ เมื่อสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี การคำนวณกำไรสุทธิของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลให้คำนวณกำไรสุทธิตามเงื่อนไขที่บัญญัติไว้ในประมวลรัษฎากร โดยนำกำไรสุทธิดังกล่าวคูณด้วยอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล จะได้ภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ต้องชำระ ถ้าคำนวณกำไรสุทธิออกมาแล้วปรากฏว่า ไม่มีกำไรสุทธิ หรือขาดทุนสุทธิ บริษัทไม่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล ถ้าการจัดทำบัญชีของบริษัทได้จัดทำขึ้นตามหลักบัญชีโดยไม่ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขในประมวลรัษฎากร เมื่อจะคำนวณภาษีบริษัทจะต้องปรับปรุงกำไรสุทธิดังกล่าวให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่บัญญัติไว้ในประมวลรัษฎากรแล้วจึงคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคล

4.7 การยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษี

บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่เสียภาษีเงินได้จากกำไรสุทธิจะต้องยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีดังนี้

(1) การเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลครึ่งรอบ

จะต้องยื่นแบบแสดงรายการพร้อมชำระภาษี (ถ้ามี) ตามแบบ ภ.ง.ด.51 ภายใน 2 เดือนนับจากวันสุดท้ายของเดือนแรกของรอบระยะเวลาบัญชี

(2) การเสียภาษีเงินได้จากกำไรสุทธิเมื่อสิ้นรอบ

ระยะเวลาบัญชีจะต้องยื่นแบบแสดงรายการพร้อมชำระภาษี (ถ้ามี) ตามแบบ ภ.ง.ด.50 ภายใน 150 วัน นับแต่วันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี

5. ภาษีเงินได้นิติบุคคลคำนวณจากยอดรายได้ก่อนหักรายจ่าย

5.1 ผู้มีหน้าที่เสียภาษี ได้แก่ กิจการขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลต่างประเทศ และมูลนิธิหรือสมาคมที่ประกอบกิจการแล้วมีรายได้

5.2 ฐานภาษี

(1) กรณีกิจการขนส่ง

(ก) กรณีรับขนคนโดยสาร รายได้เกิดจากค่าโดยสาร ค่าธรรมเนียม และประโยชน์อื่นใดที่เรียกเก็บในประเทศไทย ก่อนหักรายจ่ายใด ๆ เนื่องในการรับขนคนโดยสารนั้น ให้คำนวณภาษีอัตราภาษีร้อยละ 3

ฐานภาษีสำหรับการให้บริการรับขนคนโดยสารซึ่งต้องนำไปรวมคำนวณเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล ให้คำนวณจากมูลค่าของค่าโดยสารที่ได้รับหรือพึงได้รับสำหรับระยะทางจากต้นทางถึงปลายทางตามที่ระบุในตัวโดยสาร รวมถึงค่าธรรมเนียมและผลประโยชน์อื่นใดที่เรียกเก็บจากคนโดยสารอันเนื่องมาจากการให้บริการรับขนคนโดยสาร ไม่ว่าจะบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลนั้นจะให้บริการรับขนเองทั้งหมด หรือให้ผู้ประกอบการอื่นรับขนส่งช่วงให้

(ข) กรณีรับขนของ รายได้เกิดจากค่าระวาง ค่าธรรมเนียม และประโยชน์อื่นใดที่เรียกเก็บไม่ว่าในหรือนอกประเทศก่อนหักรายจ่ายใด ๆ เนื่องในการรับขนของออกจากประเทศไทยนั้น ให้คำนวณภาษีอัตราร้อยละ 3 ฐานภาษีสำหรับการให้บริการรับขนสินค้าซึ่งต้องนำไปรวมคำนวณเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลให้คำนวณ จากมูลค่าของค่าระวางที่ได้รับหรือพึงได้รับ สำหรับระยะทางจากต้นทางถึงปลายทางตามที่ระบุในแอร์เวย์บิล ในกรณีรับขนสินค้าโดยอากาศยานหรือสำหรับระยะทางถึงปลายทางตามที่ระบุในบิลออฟแลดจิ่งในกรณีรับขน สินค้าโดยเรือทะเล รวมถึง ค่าธรรมเนียมและประโยชน์อื่นใดที่เรียกเก็บจากผู้รับบริการอันเนื่อง มาจากการให้บริการรับขนสินค้า ไม่ว่าจะสายการบินหรือสายการเดินเรือจะให้บริการรับขนเองทั้งหมด หรือให้ผู้ประกอบการอื่นรับขนส่งช่วงให้

(2) กรณีมูลนิธิหรือสมาคม

มูลนิธิหรือสมาคมใดมิได้จดทะเบียนการจัดตั้งให้ถูกต้องตามกฎหมายก็จะมีฐานะเป็นเพียงคณะบุคคลซึ่ง อาจจะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เช่น บริษัทจัดตั้งสโมสรสำหรับพนักงานเพื่อดำเนินกิจกรรมสันทนาการสำหรับพนักงาน หรือนักศึกษาจัดตั้งสโมสร หรือชมรมต่าง ๆ โดยไม่ได้ผูกพันกับนิติบุคคลใด โดยเฉพาะ ย่อมมีฐานะเป็นห้างหุ้นส่วนหรือคณะบุคคลที่มีโชันิติบุคคลซึ่งจะต้องเสียภาษีเงินได้อย่างบุคคลธรรมดา แม้ว่าจะไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อการค้าหรือเพื่อที่จะแบ่งปันกำไรก็ตาม รายได้ของมูลนิธิหรือสมาคมที่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลรายได้ที่มูลนิธิหรือสมาคมจะต้อง เสียภาษีเงินได้ จะรวมถึงรายได้ทุกอย่างไม่ว่าจะได้มาจากทางใด ๆ เช่น รายได้จากการขายสินค้าและบริการ ดอกเบี้ย ค่าเช่า เงินปันผล ฯลฯ

รายได้ของมูลนิธิหรือสมาคมที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงิน ได้ตามมาตรา 65 ทวิ (13) ได้แก่

- (1) ค่าลงทะเบียนหรือค่าบำรุงที่ได้รับจากสมาชิก
- (2) เงินหรือทรัพย์สินที่ได้รับจากการรับบริจาค
- (3) เงินหรือทรัพย์สินที่ได้รับจากการให้โดยเสน่หา

นอกจากนี้ ยังมีการยกเว้นภาษีเงิน ได้ให้แก่มูลนิธิหรือสมาคม เฉพาะเงิน ได้จากกิจการโรงเรียน เอกชนซึ่งได้ ตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชน แต่ไม่รวมถึงเงิน ได้จากการขาย

ของการรับจ้างทำของ หรือการให้บริการอื่นใดที่ โรงเรียนเอกชนซึ่งเป็นโรงเรียนประเภท
อาชีวศึกษาได้รับจากผู้ซึ่งมิใช่ นักเรียน (มาตรา 5 นว แห่งพระราชกฤษฎีกา (ฉบับที่ 10) พ.ศ. 2500)

มูลนิธิและสมาคมต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตรา ดังนี้

(1) เงินได้ประเภทที่ 8 เงินได้จากการธุรกิจ การพาณิชย์ การเกษตร การอุตสาหกรรม
การขนส่ง หรือ การอื่นๆ เสียร้อยละ 2 ของรายได้ก่อนหักรายจ่าย

(2) เงินได้อื่น ๆ นอกจาก (ก) เสียร้อยละ 10 ของรายได้ก่อนหักรายจ่ายการคำนวณภาษี
เงินได้ของมูลนิธิ หรือสมาคม จะต้องคำนวณตามรอบระยะเวลาบัญชีด้วย

5.3 การยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษี

(1) กิจการขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทหรือนิติบุคคล ต่างประเทศจะต้องยื่นแบบ
แสดงรายการ และชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลภายใน 150 วัน นับแต่วันสุดท้ายของรอบระยะเวลา
บัญชี กิจการขนส่งระหว่างประเทศนี้ต้องมียื่นเสียภาษีครั้งรอบระยะเวลาบัญชีแต่อย่างใด แบบ
แสดงรายการที่ใช้ยื่น คือ ภ.ง.ด.52 (ยื่นรอบระยะเวลาบัญชีละ 1 ครั้ง)

(2) มูลนิธิและสมาคมที่ประกอบกิจการมีรายได้ต้องยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษี
ภายใน 150 วัน นับแต่วันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชีแบบแสดงรายการที่ใช้ยื่น คือ ภ.ง.ด. 55
(ยื่นรอบระยะเวลาบัญชีละ 1 ครั้ง) ในการยื่นแบบแสดงรายการนั้นมูลนิธิและสมาคมต้องแสดง
บัญชีรายได้ ก่อนหักรายจ่ายใด ๆ ที่มีผู้สอบบัญชี ตามมาตรา 3 สัตต ตรวจสอบและรับรองในรอบ
ระยะเวลาบัญชีดังกล่าวด้วย แต่ไม่ต้องแนบบคูณแต่อย่างใด

6. ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับเงินได้ที่จ่ายจากหรือในประเทศไทย

6.1 ผู้มีหน้าที่เสียภาษี ได้แก่ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย
ของต่างประเทศที่มีได้ประกอบกิจการในประเทศไทย และได้รับเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40
(2) (3) (4) (5) หรือ (6) ที่จ่ายจากหรือในประเทศไทย การเสียภาษีกรณีนี้กฎหมายให้เสียโดยวิธีหัก
ภาษี คือ ผู้จ่ายเงินได้ดังกล่าวจะต้องหักภาษีจากเงินได้พึงประเมินที่จ่ายตามวิธีการและอัตราดัง
หัวข้อถัดไป ทั้งนี้ไม่ว่าใครจะเป็นผู้จ่ายเงินได้ก็ตาม ภาษีที่หักไว้ในกรณีนี้เป็นภาษีที่เสียเด็ดขาดจึง
เสร็จสิ้นเป็นรายครั้งไป ถ้ากรณีที่เป็นการจ่ายเงินได้ดังกล่าวให้กับบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล
ในต่างประเทศซึ่งเป็นสาขาของบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ผู้
จ่ายเงินได้ไม่มีหน้าที่ต้องหักภาษีตามฐานนี้เพราะผู้รับเงินได้มิใช่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีฐานนี้แต่อย่าง
ใด

6.2 เงินได้ที่ต้องหักภาษี เงินได้ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลต่างประเทศ ซึ่งผู้
จ่ายมีหน้าที่ต้องหักภาษี ได้แก่ เงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 (2) (3) (4) (5) หรือ (6)

(1) เงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 (2) ได้แก่ เงินได้เนื่องจากหน้าที่ หรือตำแหน่งงานที่ทำ หรือจากการรับทำงานให้ (ค่าธรรมเนียมค่าประกันเงินกู้ยืม ในทางปฏิบัติถือเป็นเงินได้พึงประเมิน ประเภทที่ 8)

(2) เงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 (3) ได้แก่ ค่าแห่งกัญฉัตวิธล ค่าแห่งลิขสิทธิ์ หรือสิทธิอย่างอื่น เงินปี หรือเงินได้มีลักษณะเป็นเงินรายปีอันได้มาจากพันธกรรม นิติกรรมอย่างอื่นหรือคำพิพากษาของศาล

(3) เงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 (4) ได้แก่เงินได้ที่เป็น

(ก) ดอกเบี้ยพันธบัตร ดอกเบี้ยเงินฝาก ดอกเบี้ยหุ้นกู้ ดอกเบี้ยตัวเงิน ดอกเบี้ยเงินกู้ยืม ไม่ว่าจะมืหลักประกันหรือไม่ก็ตาม

กรณีได้เงินได้ที่เป็นดอกเบี้ยจากรัฐบาล หรือสถาบันการเงินที่มีกฎหมายโดยเฉพาะของประเทศไทย จัดตั้งขึ้นสำหรับให้กู้ยืมเพื่อส่งเสริม เกษตรกรรม พาณิชยกรรม หรืออุตสาหกรรม ไม่ต้องเสียภาษีฐานนี้ (มาตรา 70 วรรค 2)

(ข) เงินปันผล เงินส่วนแบ่งของกำไรหรือประโยชน์อื่นใดที่ได้จากบริษัท หรือห้างหุ้นส่วน นิติบุคคลหรือกองทุนรวม

(ค) เงินโบนัสที่จ่ายแก่ผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นส่วนใหญ่ในบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล

(ง) เงินลดทุนของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล เฉพาะส่วนที่จ่ายไม่เกินกว่ากำไร และ เงินที่กันไว้รวมกัน

(จ) เงินเพิ่มทุนของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ซึ่งตั้งกำไรที่ได้มาหรือเงินที่กันไว้รวมกัน

(ฉ) ผลประโยชน์ที่ได้จากการที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลควบเข้ากันหรือรับช่วงกัน หรือเลิกกัน ซึ่งตราความเป็นเงินได้เกินกว่าเงินทุน

(ช) ผลประโยชน์ที่ได้จากการโอนการเป็นหุ้นส่วน หรือโอนหุ้น หุ้นกู้ พันธบัตร หรือตัวเงิน หรือตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือนบุคคลอื่นเป็นผู้ออก ทั้งนี้เฉพาะ ซึ่งตราความเป็นเงินได้เกินกว่าที่ลงทุน

(4) เงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 (5) ได้แก่ เงินหรือประโยชน์อย่างอื่นที่ได้เนื่องจากการให้เช่า ทรัพย์สิน

(5) เงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 (6) ได้แก่ เงินได้จากวิชาชีพอิสระ คือ วิชากฎหมาย การประกอบ ไรศศิลป์ วิศวกรรม สถาปัตยกรรม การบัญชี ประณีตศิลปกรรม

6.3 วิธีการคำนวณหักภาษีฐานนี้ มีหลักเกณฑ์และวิธีการแยกออก ตามประเภทของเงินได้ ดังนี้

(1) เงินได้พึงประเมินมาตรา 40 (2) (3) (4) (5) และ (6) นอกจากเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 (4) (ข) ดังจะกล่าวต่อไปใน (2) ให้คำนวณหักภาษีในอัตราร้อยละ 15

(2) เงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 (4) (ข) ให้คำนวณหักภาษีในอัตราร้อยละ 10 การยื่นแบบแสดงรายการชำระภาษี การหักภาษีเงินได้นิติบุคคล ณ ที่จ่ายสำหรับบริษัทต่างประเทศ ข้างต้น ผู้จ่ายเงินได้จะต้องหักภาษี ณ ที่จ่าย และยื่นแบบแสดงรายการและนำส่งภาษีภายใน 7 วัน นับแต่วันสิ้นเดือนของเดือนที่จ่ายเงินได้พึงประเมินแบบแสดงรายการที่ยื่น ได้แก่ แบบ ภ.ง.ด.54 (ถ้าไม่มีการส่งเงินได้ไปต่างประเทศก็ไม่ต้องยื่น)

7. ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับการจำหน่ายกำไรไปนอกประเทศ

7.1 ผู้มีหน้าที่เสียภาษีฐานนี้ ได้แก่ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งจำหน่ายเงินกำไรหรือเงินประเภทอื่นใดที่กั้นไว้จากกำไรหรือที่ถือได้ว่าเป็นเงินกำไรออกไปจากประเทศไทย ให้เสียภาษีเงินได้โดยหักภาษีจากจำนวนเงินที่จำหน่าย

การจำหน่ายเงินกำไรนั้นให้หมายความรวมถึง

(1) การจำหน่ายเงินกำไร หรือเงินประเภทอื่นใดที่กั้นไว้จากกำไรหรือที่ถือได้ว่าเป็นเงินกำไร จากบัญชีกำไรขาดทุนหรือบัญชีอื่นใดไปชำระหนี้ หรือหักกลบลบหนี้หรือไปตั้งเป็นยอดเจ้าหนี้ในบัญชี ของบุคคลใด ๆ ในต่างประเทศ หรือ

(2) ในกรณีที่มีได้ปรากฏข้อเท็จจริงดังกล่าวใน (1) แต่ได้มีการขออนุญาตซื้อและโอนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งเป็นกำไรหรือเงินประเภทอื่นใดที่กั้นไว้จากกำไร หรือที่ถือได้ว่าเป็นเงินกำไรออกไปต่างประเทศ หรือ

(3) การปฏิบัติอย่างอื่นอันก่อให้เกิดผลตาม (1) หรือ (2)

7.2 อัตราภาษีและการคำนวณภาษี วิธีการเสียภาษีการจำหน่ายเงินกำไรไปต่างประเทศนี้ ให้เสียภาษีโดยหักจากจำนวนเงินที่จำหน่ายในอัตราร้อยละ 10

7.3 การยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษี บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่จำหน่ายเงินกำไรไปต่างประเทศ จะต้องยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษี ภายในเจ็ดวันนับแต่วันสิ้นเดือนของเดือนที่จำหน่ายเงินกำไร แบบแสดงรายการที่ใช้ยื่น ได้แก่ ภ.ง.ด. 54 (ยื่นทุกครั้งที่มีการจำหน่ายเงินกำไรออกไปจากประเทศไทย ถ้าเก็บกำไรไว้ในประเทศไทยไม่ต้องเสียภาษีฐานนี้)

หมายเหตุ

ภาษีเงินได้นิติบุคคล

1. การเสียภาษีต้องยื่นแบบแสดงรายการ และชำระภาษีภายใน 150 วัน นับแต่วันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี โดยใช้แบบแสดงรายการ ภ.ง.ด. 50 และยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีภายใน 2 เดือน นับแต่วันสุดท้ายของรอบระยะเวลา 6 เดือน นับแต่วันแรกของรอบบัญชีโดยใช้

แบบ ภ.ง.ด. 51 รอบระยะเวลาบัญชีสำหรับการคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลจะต้องเท่ากับ 12 เดือน โดยจะเริ่มต้นในเดือนใดก็ได้ตามที่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท

2. อัตราการเก็บภาษี คือ เก็บอัตราร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิของนิติบุคคลนั้น

ภาษีเงินได้นิติบุคคล กรณี (SMEs)

1. กิจการที่เข้าข่ายเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ได้แก่ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ที่มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรซึ่งไม่รวมที่ดิน สำหรับการประกอบกิจกรรมด้านการผลิต หรือการให้บริการไม่เกิน 200 ล้านบาท และมีการจ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน

2. สำหรับกรณีที่มีทุนชำระแล้ว ในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชีเกิน 5 ล้านบาทขึ้นไป ยังคงต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราร้อยละ 30 จากกำไรสุทธิ ตามปกติกรณีได้ปรับลดอัตราภาษีสำหรับกิจการ SMEs ต้องเป็นกรณีที่ผู้ประกอบการมีทุนที่ชำระแล้ว ในวันสุดท้ายของการสอบบัญชีไม่เกิน 5 ล้านบาท จะได้รับการปรับลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล ดังนี้

กำไรสุทธิ	อัตราภาษี
1 ถึง 1,000,000	20
1,000,001 ถึง 3,000,000	25
3,000,001 ขึ้นไป	30