



กรมสรรพากร

Revenue Department News

เลขที่ข่าว ปชส. ๕๕/๒๕๖๓

วันที่แถลงข่าว ๒๖ สิงหาคม ๒๕๖๓

เรื่อง โภยเงินให้ปัง สร้างคอนเทนต์ให้เปรี้ยง !! สรรพากรเปิดกลยุทธ์ “รู้” สุดยอดเทร็คเพื่อธุรกิจออนไลน์ พร้อมเทคนิคจัดการภาษีสุดอึ้ง

เรียกได้ว่าเป็นธุรกิจที่ยังแรงต่อเนื่องสำหรับ “ธุรกิจออนไลน์” โดยเฉพาะในช่วงโควิด-19 ที่ผ่านมา ที่จะเห็นได้ว่าเป็นธุรกิจที่ฆ่าไม่ตาย สร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำ แถมยังช่วยให้การขายของสามารถเชื่อมต่อกับผู้คนได้ทุกที่ทั่วโลก แต่ถึงอย่างไรก็ตาม แม้ว่าหลายคนจะได้รับโอกาสจากการโยยเงินของธุรกิจดังกล่าวมาอย่างมากมาย แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้ทำการค้าออนไลน์กลับคิดไม่ถึงและมองข้ามไปนั่นก็คือ “การจัดการภาษี” ซึ่งพบปัญหาทั้งการเริ่มต้นยื่นภาษี เอกสารที่จำเป็นต้องใช้ การจะยื่นภาษีว่าต้องใช้แบบใด การเลือกระบบบริหารจัดการ และที่ยิ่งไปกว่านั้น ก็คือบรรดาผู้ค้าออนไลน์หลายรายยังไม่รู้แม้กระทั่งว่าการทำธุรกิจดังกล่าวต้องมีการเสียภาษีเลยทีเดียว

เพื่อให้คนทำธุรกิจออนไลน์เข้าใจเรื่องภาษีได้มากกว่าที่ผ่านมา ล่าสุด “กรมสรรพากร” จึงได้จัดสัมมนา “ยอดขายออนไลน์ปัง มาฟังเรื่องภาษี” เมื่อวันที่ ๒๔ สิงหาคม ๒๕๖๓ ณ ห้องแกรนด์โดมอนด์ บอลรูม อาคารอิมแพ็คฟอรัม อิมแพค เมืองทองธานี ซึ่งได้แนะนำแนวทางเกี่ยวกับการทำธุรกิจออนไลน์ควบคู่กับการบริหารภาษี พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องว่าจริง ๆ แล้ว เรื่องภาษีไม่ได้เป็นเรื่องยากอย่างที่คิด โดยคุณณอม เกตุเอม เจ้าของเพจ TaxBugnoms ซึ่งเป็นเพจที่ให้ความรู้เรื่องภาษีในรูปแบบภาษาที่เข้าใจง่าย ได้ให้กลยุทธ์ ๓ “รู้” สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ว่า

- **รู้รายได้** ควรจะทราบถึงรายได้ของตนเองก่อนว่ามีรายได้เข้ามาจากทางใดบ้าง และมีหลักฐานที่มาของรายได้อย่างไร เพื่อที่จะได้ทราบว่าตนเองควรจะยื่นภาษีเงินได้ในประเภทใด เพราะในแต่ละประเภทก็มีอัตราในการเสียภาษี และวิธีการคำนวณภาษีที่แตกต่างกันออกไป สำหรับรายได้ของผู้ค้าออนไลน์จะเป็นประเภท ๔๐(๘) แห่งประมวลรัษฎากร

- **รู้รายจ่าย** ต้องทราบว่าในแต่ละเดือนมีค่าใช้จ่ายอะไรบ้าง สำหรับผู้ที่ทำธุรกิจออนไลน์ อาจจะได้ยินการเลือกคิดภาษีได้ ๒ แบบ ได้แก่ การคิดจากค่าใช้จ่ายแบบเหมา และการคิดภาษีจากค่าใช้จ่ายแบบตามจริง ซึ่งเป็นรายจ่ายที่ต้องมีหลักฐานแน่นอน ดังนั้น การเก็บหลักฐานค่าใช้จ่ายจึงเป็นเรื่องสำคัญ

- **รู้ลดหย่อน** เพื่อรักษาสิทธิของผู้ค้าออนไลน์เอง โดยควรจะกลับไปตรวจสอบว่าตนเองนั้นสามารถลดหย่อนภาษีในส่วนใดได้บ้าง เช่น ลดหย่อนภาษีจาก (การดูแลบิดา มารดา บุตร) ลดหย่อนจากการใช้จ่ายตามนโยบายของรัฐ การลดหย่อนจากการออมหรือการลงทุน การลดหย่อนจากการบริจาค ซึ่งก็จะช่วยให้ค่าใช้จ่ายภาษีลดน้อยลงได้อีก

อีกหนึ่งคำถามสำคัญ สำหรับผู้ที่ประกอบธุรกิจออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ค้าออนไลน์ หรือธุรกิจอื่น ๆ ที่ใช้ช่องทางออนไลน์นั่นคือ “จำเป็นหรือไม่ที่ต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม” ซึ่งกรมสรรพากรแนะนำว่า ควรจะต้องจดทะเบียนเมื่อมีรายได้ถึง ๑.๘ ล้านบาทต่อปี แต่ในที่นี้ต้องดูตามความเหมาะสมด้วยว่ารูปแบบธุรกิจที่ทำนั้นมีความจำเป็นมากน้อยเพียงใดในการจัดตั้งบริษัท เพราะหากเป็นการดำเนินธุรกิจด้วยตนเองเพียงผู้เดียว ไม่ได้มีลูกจ้างหรือการทำงานในรูปแบบบริษัท ก็อาจจะกลายเป็นการเสียภาษีซ้ำซ้อน นั่นคือการเสียภาษีทั้งรูปแบบเงินได้บุคคลธรรมดา และเงินได้นิติบุคคลด้วย

“เรื่องภาษีที่เคยเป็นเรื่องซับซ้อน เข้าใจยาก ปัจจุบันสามารถเปลี่ยนให้เป็นเรื่องง่าย สะดวก และรวดเร็วโดยระบบการยื่นภาษีแบบออนไลน์ได้แล้ว ซึ่งจะช่วยลดปัญหาเรื่องความซับซ้อน และการจัดการเอกสารต่าง ๆ รวมไปถึงระบบ “e-Filing” ที่พัฒนาโดยกรมสรรพากร ที่จะช่วยให้ “ทุกคลิก มั่นใจ” ทำให้ผู้มีรายได้สามารถยื่นภาษีได้ด้วยตนเอง ผ่านระบบออนไลน์ การกรอกข้อมูลไม่ซับซ้อน และไม่จำเป็นต้องเดินทางมาที่สำนักงานสรรพากร นอกจากนี้ในระบบยังมีฐานข้อมูลของผู้เสียภาษี ทำให้เอกสารบางส่วนที่ไม่จำเป็นต้องติดตอนออกไป ขั้นตอนเตรียมเอกสารของผู้ยื่นก็จะง่ายขึ้น สะดวกขึ้น และยังมีระบบการคำนวณภาษีให้ทันทีที่เพียงแค่กรอกข้อมูลตามที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์ เท่านั้นการยื่นภาษีที่เป็นเรื่องซับซ้อนก็จะไม่เป็นปัญหากับผู้ค้าออนไลน์อีกต่อไป”
คุณณอม กล่าวทิ้งท้าย

อีกหนึ่งอาวุธที่สำคัญ และเป็นปัญหาที่แก้ไม่ตกสำหรับคนทำธุรกิจออนไลน์ก็คือ “การสร้างคอนเทนต์” ที่จะสร้างอย่างไรให้โดนใจ และเพื่อตอบทุกความต้องการของลูกค้า ซึ่งเรื่องดังกล่าว **คุณพงษ์ปิติ ผาสุขยัตติ หรือ คุณเพิร์ท ผู้ก่อตั้งเพจ Ad Addicts ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และคอนเทนต์ได้เผยแพร่ “รู้”** เช่นเดียวกับคุณณอม เพื่อเป็นแนวทางโยเงิน และเป็นไอเดียให้ผู้ค้าออนไลน์ได้ไปสร้างคอนเทนต์เพื่อยอดขายปีรับปี ๒๐๒๑ คือ

- **“รู้” จักตัวเอง** สำคัญที่สุดคือต้องรู้จักตัวเองก่อนว่าจะทำอะไร มีจุดเด่น และจุดแข็งที่แตกต่างอย่างไรกับอีกหลาย ๆ ตัวเลือกในท้องตลาด และเราต้องการทำคอนเทนต์ในการสื่อสารออกไปเพื่ออะไร

- **“รู้” จักคู่แข่ง** ต้องรู้จักอย่างลึกซึ้งว่าคุณคู่แข่งมีจุดแข็งตรงไหน และมีจุดอ่อนอะไร ซึ่งไม่จำเป็นต้องดูแค่เพียงคู่แข่งในกลุ่มธุรกิจเดียวกับเรา และต้องมองหาโอกาสที่เป็นช่องว่างในตลาด

- **“รู้” จักกลุ่มลูกค้า** การรู้จักลูกค้าถือเป็นแต้มต่อสำคัญของการดำเนินธุรกิจออนไลน์ที่จำเป็นต้องรู้เร็ว ยิ่งรู้ก่อน ก็จะทำให้เราสร้างคอนเทนต์ และผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ลูกค้าได้ไวกว่า ก่อนจะไปสังเกตทั้งพฤติกรรม ความต้องการ และทัศนคติของลูกค้าเพื่อให้ขายได้ตรงจุด

- **“รู้” จักสภาพแวดล้อม** ต้องไปมองดูว่าลูกค้าของเราอยู่ในที่ใด ช่องทางออนไลน์ใดที่กลุ่มลูกค้าของเราใช้งานมากที่สุด เพราะช่องทางนั้นๆจะเป็นตัวกำหนดการสร้างคอนเทนต์ว่าควรสร้างคอนเทนต์แบบใดให้เหมาะสม

และเมื่อรู้จักทั้ง ๔ รู้แล้ว ต้องไม่ลืมว่าการสร้างคอนเทนต์ควรทำอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาปรับเปลี่ยนไปเรื่อยๆ อย่างยืดติดกับการทำในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง และที่สำคัญอย่าลืมดูผลตอบรับจากกลุ่มคนที่เราสื่อออกไปว่ามี การตอบรับคอนเทนต์ของเราในแง่บวกหรือลบ เพื่อให้ได้ทั้งคอนเทนต์ที่ตรงจุด และตรงใจมากยิ่งขึ้น **คุณพงษ์ปิติ** กล่าว

ด้วยทริคง่าย ๆ ทั้งเคล็ดลับในการจัดการภาษีและการสร้างคอนเทนต์ให้ตอบโจทย์ตรงใจลูกค้า ก็จะเป็นอาวุธชั้นดีที่ช่วยให้ธุรกิจออนไลน์เคลื่อนทัพไปได้อย่างว่องไวในวงการธุรกิจออนไลน์ที่กำลังขับเคลื่อนอย่างดุเดือด เพราะทั้ง “คอนเทนต์ก็ปัง เรื่องภาษีก็เป๊ะ” ได้ง่ายกว่าที่คุณคิด

สำหรับช่วงโค้งสุดท้ายในเดือนสิงหาคม ๒๕๖๓ นี้ก็ใกล้ถึงกำหนดยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคล สำหรับรอบปีภาษี ๒๕๖๒ จึงขอเชิญชวนผู้มีเงินได้ยื่นแบบแสดงรายการฯ ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ที่เว็บไซต์กรมสรรพากร www.rd.go.th และหากมีข้อสงสัยสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ศูนย์สารสนเทศสรรพากร (RD Intelligence Center) ๑๑๖๑ หรือที่สำนักงานสรรพากรทุกแห่งทั่วประเทศ

กรมสรรพากร เต็มที่ เต็มใจ ให้ประชาชน

สำนักงานเลขานุการกรม

เลขที่ ๙๐ ถนนพหลโยธิน ๗ พญาไท กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐ โทร. ๐ ๒๒๓๒ ๙๕๒๙-๓๐ โทรสาร ๐ ๒๖๑๗ ๓๓๒๔

หรือศูนย์สารสนเทศสรรพากร ๑๑๖๑ (RD Intelligence Center)