บทที่ 2
ทฤษฎี หลักการและเหตุผล

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ใจครวญ หิรัญพฤกษ์ (2535 : บทคัดย่อ)

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาธุรกิจสตรี : ศึกษากรณีการส่งเสริมประกอบอาชีพสตรีในจังหวัดภาคเหนือและภาคใต้ (Feasibility Study of the Rural Woman's Micro-business Development)

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงาน การพัฒนาอาชีพและรายได้ของสตรีในชนบท เพื่อนำไปวางแนวทางการจัดทำโครงการพัฒนาอาชีพและรายได้ที่เหมาะสม อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาไปสู่คุณภาพชีวิตของสตรี และครอบครัว

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย คือ สตรีในชนบททางภาคเหนือในจังหวัดเชียงรายและลำพูน จำนวน 550 คน และภาคใต้จังหวัดสตูล จำนวน 200 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและทำการวิเคราะห์ทางสถิติ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนาอาชีพและรายได้ของสตรีในชนบท มี 4 ประเด็นคือ

1. ปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบสำคัญพื้นฐานที่มีผลต่อแบบแผนความเป็นอยู่ของสตรี
   1.1 อิทธิพลจากสภาพสังคม วัฒนะธรรมของชุมชน
   1.2 อิทธิพลจากสภาพเศรษฐกิจของชุมชน
   1.3 อิทธิพลของสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
2. ปัจจัยหลักที่เป็นส่วนประกอบในโครงการพัฒนาอาชีพและรายได้ ซึ่งถ้าปัจจัยเหล่านี้ไม่สามารถสนับสนุนโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาอาชีพและรายได้ไม่สามารถดำเนินไปได้ คือ

2.1 องค์กรสตรีไม่เข้มแข็งและขาดประสิทธิภาพ

2.2 การคัดเลือกกิจกรรมไม่สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการ

2.3 การฝึกอบรมที่ใช้ระยะเวลานาน ระยะเวลาไม่เหมาะสมในช่วงการฝึกอบรม และหลักสูตรไม่ชัดเจน ทำให้การถ่ายทอดไม่สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4 ขาดวัสดุอุปกรณ์

2.5 ขาดเงินทุนหมุนเวียน

2.6 การส่งเสริมการตลาดไม่ดีต่อการผลิตเพื่อขายที่จะนำไปสู่การเพิ่มพูนรายได้ ถ้าขายไม่ได้รายได้ก็ไม่เพิ่มขึ้น

2.7 การติดตามและการประเมินผล การทำโครงการใด ๆ ถ้าขาดส่วนนี้ก็จะทำให้ไม่สามารถสู่ผลที่การดำเนินการ ปัญหาและอุปสรรค ซึ่งจะต้องนำมาแก้ไข อันทำให้การดำเนินงานของโครงการขาดประสิทธิภาพ

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสตรีในการเข้าร่วมกิจกรรม พบว่า

3.1 สภาพสังคม วัฒนะธรรม เศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ มีผลต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตและส่วนประกอบสังคม ประกอบการตัดสินใจ

3.2 ปัจจัยหลักที่เป็นส่วนประกอบของโครงการเพิ่มรายได้ ได้แก่ องค์กรสตรี การคัดเลือกกิจกรรม การฝึกอบรม วัสดุอุปกรณ์ เงินทุนหมุนเวียน ระบบตลาด การติดตามประเมินผลมีผลต่อการตัดสินใจ ถ้าหาก ปัจจัยเหล่านี้ไม่ชัดเจนทางเลือกในการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมจะต่ำ

4. ผลกระทบของการดำเนินกิจกรรม ที่มีต่อรายได้และการมีส่วนร่วมทางสังคมเป็นอย่างยิ่งสำคัญ เพราะถ้าหากไม่ก่อให้เกิดรายได้ และฐานะทางสังคมการยอมรับสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเข้าร่วมกิจกรรมแต่อย่างใด

สิริมา ทองน้อย (2535 : บทคัดย่อ)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการโรงแรมที่ อ. แหลมงอบ จ.ตราด (Project feasibility study (Hotel at LAM KGOB, TRAD))

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนาและขยายตัวอย่างกว้างขวางเนื่องจากรัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนโดยกำหนดอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 7 ภาคตะวันออกของไทยเป็นภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก จังหวัดตราดเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ทางธรรมชาติสวยงามสะอาดตา จึงมีนักท่องเที่ยวเดินทางเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อง ๆ ทุกปี ทำให้ความต้องการที่พักเพิ่มมากขึ้นตามมาด้วย แต่ธุรกิจการก่อสร้างโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีขั้นตอน ก่อสร้างเพื่อไม่ให้โครงการประสบความล้มเหลวหรือได้รับผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน ดังนั้นการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด เทคนิค การบริหาร และการจัดองค์การด้านการเงิน และผลกระทบด่าง ๆ จึงมีความสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งในวงจรการพัฒนาโครงการ ซึ่งในรายงานนี้จะกล่าวถึงการศึกษาความเป็นไปได้ของ โครงการโรงแรม ริมหาตรีสอร์ท

รศ.ดร. จักรกฤษณ์ หอมจันทร์ (2540 : บทคัดย่อ)

การศึกษาความเป็นได้ของการใช้น้ำเสียจากชุมชนในมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อการเกษตร
(Feasibility Study of Utliing the Community Wastewater in KhonKaen University for Agriculture)

งานวิจัยนี้เป็นการแสวงหาแนวทางการจัดการและใช้ประโยชน์จากน้ำเสีย ซึ่งในปัจจุบันก่อปัญหามลภาวะของแหล่งน้ำธรรมชาติและก่อผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติประมง โดยการศึกษาความเป็นไปได้ของการนำน้ำเสียเป็นตัวชี้วัดเปรียบเทียบกับพืชที่ได้รับน้ำปกติ การศึกษาดำเนินการทั้งในกระถางและภาคสนาม

อีกส่วนหนึ่งเป็นการศึกษาถึงบทบาทของดินในการบำบัดน้ำเสีย โดยการจัดแบบจำลองให้น้ำเสียมีการซึมผ่านดินที่บรรจุอยู่ในท่อหลายขนาดซึ่งมีระดับความลึกแตกต่างกัน ตรวจสอบประสิทธิภาพการบำบัดน้ำเสียโดยการนำการวิเคราะห์คุณภาพของน้ำเสียก่อนการผ่านท่อดินและหลังการผ่านท่อดิน

สังวาล เพ็งพัด และวัฒนพงษ์ จักษ์วิเชียร (2536 : บทคัดย่อ)

การศึกษาวิจัยการอบแห้งผลิตภัณฑ์เนื้อและปลา

วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยการอบแห้งผลิตภัณฑ์เนื้อและปลาด้วยตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์ระดับครัวเรือน เพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการอบผลิตภัณฑ์เนื้อและปลาด้วยตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์ โดยตู้อบแห้งเป็นแบบผสมสามารถใช้กับพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานเสริมจากแก๊ส LPG ตัวรับรังสีดวงอาทิตย์มีขนาด 7.5 m^2 ตู้อบมีขนาด 1.5 ลูกบาศก์เมตร อบแห้งผลิตภัณฑ์ได้ครั้งละ 100 กิโลกรัม เมื่อใช้อัตราการไหลของอากาศ 0.1 kg/s ประสิทธิภาพตัวรับรังสีมีค่า 39.1% และปริสิทธิภาพเชิงความร้อนของเครื่องอบแห้ง 50% ใช้เวลาในการอบผลิตภัณฑ์ 20 ชั่วโมง โดยเนื้อและปลามีความชื้นก่อนอบ 77% และ 64% ตามลำดับ หลังการรอบมีค่าใกล้เคียงกันคือ 17% และ 16% ตามลำดับ โดยอัตราการการแห้งของเนื้อจะมีมากกว่าปลา

เฉลิมพร ทองพูน (2540 : บทคัดย่อ)

การวิเคราะห์สารเจือปนในผลิตภัณฑ์กล้วยตาก โดยเก็บตัวอย่างตั้งแต่เดือน กันยายน 2541 ถึง มกราคม 2542ได้ศึกษาลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ และการวิเคราะห์สารเจือปนทางเคมีบางชนิด พบว่ากล้วยตากตัวอย่างที่เก็บที่อุณหภูมิปกติ จะมีการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพเร็วกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการเก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำ การวิเคราะห์ความกรด-ด่าง ของสาระลายกล้วยตากตัวอย่างพบว่ามีค่าอยู่ในช่วง 4.58 - 6.45 ได้ศึกษาสิ่งเจือปน ได้วิเคราะห์ปริมาณน้ำตาลรีดิ้วซ์และน้ำตาลอิน

เวิร์ท โดยวิธีไทเทรชั่น พบว่าปริมาณทั้งสองอยู่ในช่วง 5.379-6.962 mg/100 ml และ 140.2-197.4 mg/100 ml ตามลำดับ ได้วิเคราะห์โลหะเจือปนน้อยมากหรือ อาจถึงขั้นไม่มีเลย ดังนั้นสรุปผลในเบื้องต้น ได้ว่าผลิตภัณฑ์กล้วตากที่มีจำหน่ายทั่วไป ปราศจากสารเจือปนและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

รศ. เอื้อมพร ทองกระจาย และคณะ (2539 : บทคัดย่อ)

การศึกษาความเป็นไปได้ในการผสมผสานบริการโรคเอดส์และโรคติดเชื้อทางเพศสัมพันธ์ในคลินิควางแผนครอบครัว/และเด็ก (An Assessment of Intergrating AIDS/STD Serviee into FP/MCH Program Phase I+II)

ภารศึกษาความเป็นไปได้ในการผสมผสานบริการโรคเอดส์และโรคติดเชื้อทางเพศสัมพันธ์ในคลินิควางแผนครอบครัว/แม่และเด็กเป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและปรับเปลี่ยนระบบบริการสุขภาพให้สามารถเข้าถึงสตีได้มากขึ้น เป็นตัวแบบของประเทศอื่น เป็นประเด็นให้มีการปรับเปลี่ยนระบบบริการสุขอนามัยสำหรับสตรี นักวิจัยเข้าร่วมใน WHO

ผศ. ยุพา ถาวรพิทักษ์ (2539 : บทคัดย่อ)

การศึกษาความเป็นไปได้ของภารประกันสุขภาพระดับอำเภอ (Feasibility Study of Health District Insurance Scheme) มีวัตถุประสงค์เพื่อประมาณความครอบคลุมของการมีประกันสุขภาพและเพื่อประมาณความครอบคลุมของการตัดสินใจซื้อบัตรสุขภาพแบบใหม่ และราคาบัตร

สญชวัล เต็มแก้ว (2536 : บทคัดย่อ)

การศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจที่มีต่อการเปิดร้านอาหารในเขตลาดกระบัง จากสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันที่ทำให้การดำเนินชีวิตประจำวันของประชากรต้องเร่งรีบและแข่งขันกัน ทำให้มีความต้องการร้านอาหารเพิ่มเป็นจำนวนมาก ทั้งนอกจากจะเป็นการประหยัดเวลาแล้ว ร้านอหารยังเป็นทีพบปะสังสรรค์ เจรจาธุรกิจ หรือพักผ่อนของครอบครัวอีกด้วย ซึ่งจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปของร้านอาหารแต่ละแห่ง จึงทำให้มีผู้สนใจที่จะประกอบธุรกิจอาหารเป็นอย่างมาก เขตลาดกระบังเป็นเขตที่มีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากเขตอื่น ๆ ดังนั้นการศึกษาความไปได้ทางธุรกิจที่มีผลต่อการเปิดร้านอาหารในเขตลาดกระบังจึงมีความสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจร้านอาหารได้ถูกต้อง

กฤติกา ตันประเสริฐ (2536 : บทคัดย่อ)

การศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตแคทอิออนิกสตาร์ชโดยใช้ไมโครเวฟมีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อศึกษาแนวทางในการผลิตแคทอิออนิกสตาร์ชแบบแห้ง ซึ่งสามารถลดขั้นตอนการผลิตลงโดยมีกรรมวิธีการผลิตคือนำสายละลาย Reagent ซึ่งประกอบด้วย Quart 188 11.6% (w/v) และ NaOH 6.9%(w/v) มาผสมกับแป้งในอัตรส่วน Liquid phase : Solid phase เป็น 0.40:1 ,0.50:1 และ 0.67:1 จากนั้นนำไปปรับความชื้นที่ 50 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 8 ชั่วโมงแล้วนำไปบทและคัดด้วยตะแกรงขนาด 52 mesh ให้ความร้อนโดยใช้ไมโครเวฟเป็นเวลา 3, 5, และ 7 นาที ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีความชื้น 2 - 13% ประสิทธิภาพในการเข้าทำปฏิกิริยา 11-48% และระดับการแทนที่ 0.006-0.036 จากผลการทดลองพบว่า ปริมาณความชื้น ปริมาณไนโตรเจนที่เกาะเกี่ยว ประสิทธิภาพในการเข้าทำปฏิกิริยา และระดับการแทนที่จะแปรผกผันกับเวลาในการให้ความร้อนแต่จะแปรผันตรงกับอัตราส่วนของ Liquid phase : Solid phase

วิชาที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัย

- วิชาเศรษฐศาสตร์วิศวกรรม ใช้ในการคำนวณหาจุดคุ้มทุนและอัตราผลตอบแทนของโครงการเพื่อสรุปความเป็นไปได้ของโครงการ
- วิชาการวิเคราะห์ต้นทุนอุตสาหกรรม ใช้ในการรวบรวมค่าใช้จ่ายด้านต่างๆที่มีผลต่อต้นทุน เพื่อนำไปใช้ในการคำนวณด้านการเงิน

2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารโครงการ

ในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมานี้แนวความเกี่ยวกับโครงการและการบริหารโครงการได้ถูกนำไปใช้ในทางด้านการบริหารและเสมือนหนึ่งเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพที่ทำให้องค์การ สามารถพัฒนาทางด้านการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน และการควบคุมติดตามกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการใช้ทรัพยากรอย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายใต้ข้อจำกัดของเวลา

โครงการหมายถึงกิจกรรม หรืองานที่เกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรเพื่อหวังผลประโยชน์ตอบแทน **กิจกรรมหรืองานดังกล่าวจะต้องเป็นหน่วยอิสระหน่วยหนึ่งที่สามารถทำการวิเคราะห์วางแผนและนำไปปฏิบัติพร้อมทั้งมีลักษณะแจ้งชัดถึงจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด**

จากความหมายของโครงการดังกล่าวจะเห็นได้ว่าโครงการทุกโครงการไม่ว่าจะเป็นโครงการขนาดเล็กหรือโครงการขนาดใหญ่ โครงการของกาครัฐบาล หรือกาดเอกชนต่างก็ต้องมีคุณลักษณะสำคัญ 5 ประเภทดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของโครงการ
2. ความเป็นอิสระหรือความเป็นเอกเทศ
3. กิจกรรมหรือรูปแบบการดำเนินงานที่จะต้องให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกัน
4. สถานที่ตั้งของโครงการ
5. การกำหนดระยะเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน

2.3 การศึกษาด้านการตลาด

การศึกษาด้านการตลาดนี้ถือเป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงในการตัดสินใจลงทุน เพราะการศึกษาด้านการตลาดจะศึกษาลงลึกถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาดจะครอบคลุมประเด็นใหญ่ๆ 3 ประเด็น ประกอบด้วย การศึกษาขนาดตลาด (Market size) ส่วนแบ่งตลาดที่โครงการจะเข้าไปแข่งขันได้ (Market share) และแนวโน้มของตลาด (market trend) นอกจากนี้ยังศึกษาถึงอุปสงค์ตลาด ขอบเขตของตลาดและลักษณะลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนภาวะการแข่งขันในตลาดทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเจาะจงตลาด ตลอดจนกำหนดกลยุทธทางการตลาดที่เหมาะสม เมื่อได้ตัดสินใจดำเนินโครงการแล้วอีกด้วย

2.3.1 การวิเคราะห์สภาวะตลาด

การวิเคราะห์สภาวะตลาดทำไปเพื่อตอบคำถามสำคัญ 3 ประการ คือ

1. การศึกษาขนาดของตลาด (Market size)

ในภาพกว้าง ขนาดของตลาด คือ จำนวนประชากรที่มีอยู่ในตลาดหนึ่งๆ ตัวอย่างเช่น ประเทศจีน เป็นตลาดขนาดใหญ่ เนื่องจากมีประชากรมากถึง 1.2 พันล้านคน ขณะที่นิวซีแลนด์เป็นตลาดขนาดเล็ก เพราะมีประชากรเพียง 3 ล้านคนเท่านั้น อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอื่นๆที่เป็นตัวกำหนดขนาดของตลาดอีกเช่น

อำนาจการซื้อ (Purchasing power) ซึ่งก็คือรายได้ของผู้คนในตลาดนั้นๆ โดยจากรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (Per capita income) เช่นในกรณีนิวซีแลนด์ แม้จะมีประชากรน้อย แต่ก็เป็นกลุ่มประชากรที่มีอำนาจการซื้อสูง เป็นต้น

อัตราการบริโภค (Consumption rate) ซึ่งหมายถึง ความถี่ในการบริโภคสินค้านั้นๆ นิยมวัดเป็นปริมาตรเมตร หรือ หน่วยน้ำหนัก ต่อ 1 หน่วยเวลา เช่นวัดเป็นลิตรต่อปี หรือ กิโลกรัมต่อปี ตัวอย่างเช่น คนไทยดื่มไวน์คิดเป็น 0.50 ลิตร/หัว/ปี ขณะที่ฝรั่งเศสดื่มมากถึง 56 ลิตร/หัว/ปี เป็นต้น

2.3.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด

แนวโน้มของตลาด (Market trend) คือ ทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หนึ่ง ว่าจะมีมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป นิยมวัดเป็นอัตราการขยายตัว(Growth rate) หน่วยเป็นเปอร์เซ็นต์ เช่น อัตรการขยายตัวของธุรกิจประกันภัยในประเทศไทย เพิ่มขึ้นปีละ 15%

2.3.3การศึกษาส่วนแบ่งตลาด

ส่วนแบ่งตลาด (Market share) หมายถึง ความสามารถของธุรกิจหรือโครงการในอันที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ ตัวอย่างเช่น ตลาดรวมในปีแรกมีอยู่ 100 ล้านบาท โครงการคาดว่าจะได้ส่วนแบ่ง 10%

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดมี 2 ประการคือ

(1) ความเข้มข้นของการแข่งขัน (Competition)

(2) ความสามรถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Customer satisfaction)

การทราบถึงขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด และส่วนครองตลาดที่จะแย่งมาได้ จะช่วยให้โครงการหรือธุรกิจ สามรถประมาณการยอดรายได้ในแต่ละปี ซึ่งนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการทำงบกำไรขาดทุนที่คาดคะเน (Performa income statement) อันเป็นงบการเงินที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจของผู้บริหารว่าจะตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจนั้นหรือไม่ ในทางปฏิบัติเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น อาจทำได้โดยการสำรวจจากแหล่งข้อมูลใน 2 ลักษณะคือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ซึ่งก็คือข้อมูลที่มีผู้จัดทำขึ้นอยู่ก่อนแล้ว พร้อมที่จะนำไปใช้ได้ทันที ข้อดีของข้อมูลทุติยภูมิคือ สะดวกรวดเร็วและเสียค่าใช้จ่ายน้อย แต่มีข้อเสียตรงที่ไม่ทันสมัย เนื่องจากอาจมีการเก็บรวบรวมไว้นานแล้ว

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ยังไม่มีผู้ใดจัดทำขึ้นมาก่อน ธุรกิจต้องเสาะหามาเองโดยการสำรวจ หรือการทำวิจัย จากประชากร หรือกลุ่มตัวอย่างโดยตรง แม้ข้อมูลปฐมภูมิจะมีความทันสมัยกว่าข้อมูลทุติยภูมิ แต่ก็มีค่าใช้จ่ายในการได้มาแพงกว่า

โดยทั่วไป การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ มีวิธีที่นิยมปฏิบัติ 3 วิธี คือ

(1) การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์

(2) การสัมภาษณ์ทางโทรทรัพย์

(3) การสัมภาษณ์ตัวบุคคลโดยตรง

2.3.4 การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

เมื่อผู้ประกอบการโครงการได้ทำการวิเคราะห์สภาวะตลาดแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการพยากรณ์ความต้องการของตลาด (Market demand estimate) ซึ่งหมายถึง การพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาด ในรูปของจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใด ชนิดหนึ่ง

การพยากรณ์โดยการวิจัยตลาด (Market research) วิธีการนี้มักนำมาใช้ในกรณีที่พนักงานขายไม่สามารถให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือสำหรับใช้ในการพยากรณ์ได้ หรือในกรณีโครงการที่จะทำเป็นโครงการที่ออกสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่จำหน่าย ดังนั้นจึงไม่มีข้อมูลในอดีตที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางในการพยากรณ์ได้ หลักการของวิธีนี้ก็คือจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างทางสถิติโดยต้องทำการวิเคราะห์สภาวะตลาดเป็นการล่วงหน้า ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบขอบเขตของประชากรที่จะเลือกสุ่มตัวอย่างเสียก่อน สำหรับการเก็บข้อมูลอาจทำได้โดยวิธีส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ หรือสัมภาษณ์ตัวบุคคลโดยตรง ทั้งนี้ผู้วิเคราะห์ควรต้องทราบข้อดีและข้อจำกัดของแต่ละวิธีด้วย เช่น วิธีส่งแบบสอบถามมักจะมีปัญหาเรื่องของการไม่ได้รับแบบสอบถามกลับคืน หรือการได้ข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามไม่ใช่ตัวแทนของลูกค้าเป้าหมายที่แท้จริง แต่ถ้าใช้วิธีสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ หรือวิธีสัมภาษณ์ตัวบุคคลโดยตรง จะทำให้ได้รายละเอียดและข้อเท็จจริงมากกว่า อันจะทำให้ผลของการพยากรณ์น่าเชื่อถือกว่าแต่ก็จะเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่า ดังนั้นผู้วิเคราะห์โครงการจึงควรต้องตัดสินใจว่าวิธีเก็บข้อมูลที่เหมาะสมกับเรื่องที่กำลังศึกษามากที่สุด ซึ่งอาจเลือกเพียงวิธีใดวิธีหนึ่งหรือหลายวิธีพร้อมกัน

2.3.5 การประมาณการยอดขาย

เมื่อได้มีการวิเคราะห์สภาวะตลาดในปัจจุบัน ตลอดจนการพยากรณ์ความต้องการของตลาดในอนาคตของผลิตภัณฑ์ทั้งอุตสาหกรรมแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการพยากรณ์ยอดขายสินค้าของโครงการ ซึ่งมีวิธีการพื้นฐานที่นิยมใช้ในการพยากรณ์ยอดขาย ก็คือการคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของปริมาณตลาดรวมดังกล่าว อย่างไรก็ตามในการคาดคะเนยอดขายของโครงการยังควรพิจารณาถึงสภาวะเศรษฐกิจ การแข่งขัน ระดับของกลยุทธทางการตลาดที่ใช้การโฆษณาและส่งเสริมการขาย และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย จากนั้นเมื่อได้ยอดขายโดยประมาณแล้วนำมาจัดทำเป็นแผนยอดขาย หรือที่เรียกว่าการประมาณการยอดขายสินค้า ซึ่งจะแสดงถึงจำนวนเงินที่ได้รับจากการขายสินค้าในช่วงระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งหาได้จากปริมาณขายที่คาดคะเนคูณด้วยราคาขายต่อหน่วย แสดงได้ดังสมการดังนี้

ยอดขาย = ปริมาณขาย*ราคาขายต่อหน่วย

2.4 การศึกษาด้านเทคนิค

หลังจากที่ได้มีการศึกษาทางด้านการตลาดของโครงการแล้วว่าโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นมีความเป็นไปได้ทางการตลาดมากน้อยเพียงใด เพราะการศึกษาทางการตลาดจะมีความสำคัญต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการ หากขาดการศึกษาด้านการตลาดแล้วโอกาสที่โครงการจะประสบความสำเร็จย่อมเป็นไปได้ยากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันภาวะการแข่งขันทางธุรกิจความรุนแรงและซับซ้อนมากขึ้น ในขั้นตอนต่อมาของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก็คือ การวิเคราะห์ทางเทคนิคเพื่อศึกาดูว่าการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมาจำหน่ายมีความเป็นไปได้ทางเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีหนทางที่จะแก้ไขปัญหาได้อย่างไร การวิเคราะห์ทางเทคนิคมีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้

2.4.1 ระบบการผลิต

โครงการแต่ละโครงการจะมีระบบการผลิตที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะทำการผลิตถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคนิคสูงในการผลิตจะมีระบบการผบิตที่มีความยุ่งยากซับซ้อน ในทางตรงข้ามถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีน้อระบบการผลิตก็จะเป็นแบบง่ายไม่มีความยุ่งยาก อย่างไรก็ตามระบบการผลิตจะประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานด้วยกัน 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยนำเข้า หมายถึง ปัจจัยที่ใช้เป็นพื้นฐานจึงจะทำให้โครงการเกิดผลผลิตขึ้นมา ได้แก่ วัตถุดิบของโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ตัวอย่างเช่น ในอุตสาหกรรมการผลิตสับปะรดกระป๋อง วัตถุดิบของโรงงานก็คือสับปะรด โรงงานอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ วัตถุดิบก็คือ ตัวถังรถยนต์ กระจกยางรถยนต์ เป็นต้น กำลังคนสำหรับโครงการที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจขายบริการ เช่น โรงแรม แบะเงินทุน ซึ่งเป็นปัจจัยนำเข้าที่ใช้ในการผลิตที่ทำให้โครงการดำเนินไปได้

2. กระบวนการผลิต หมายถึงกรรมวิธีในการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการ ซึ่งในที่นี้หมายถึง เทคโนโลยีในการผลิต เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการ

3. ปัจจัยภายนอก หมายถึงผลผลิตขั้นสุดท้ายของกระบวนการผลิตของแต่ละโครงการ ซึ่งจะออกมาในรูปของสินค้าหรือ บริการ เช่น โรงงานผลิตคอมพิวเตอร์จะมีปัจจัยภายนำออก ก็คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ โรงงานผลิตโทรทัศน์ ปัจจัยนำออกก็คือโทรทัศน์ ธุรกิจโรงแรมปัจจัยนำออกก็คือการให้บริการเป็นต้น

2.4.2 ผลิตภัณฑ์และคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์

ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิคนั้นยะต้องคำนึงถึงว่าจะต้องผลิตผลิตกัณฑ์นั้นโดยใช้เทคนิคที่มีอยู่หรืออาจหามาใช้ได้ เทคนิคการผลิตมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดหากเทคนิคที่นำมาใช้ในการผลิตไม่สามรถเป็นไปได้การผลิตก็จะไม่เกิดขึ้น

สำหรับในประเทศกำลังพัฒนานั้นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่สนใจในการลงทุนนั้นมักจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จำหน่ายในประเทศอุตสาหกรรม ดังนั้นจึงไม่เป็นปัญหาในด้านความเป็นไปได้ทางเทคนิค

ในการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์นั้นผู้ผลิตจะต้องสอบถามความต้องการของตลาดว่าต้องการตลาดประเภทใด นอกจากนั้นก็จะต้องศึกษาดูว่าจะต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตอะไร หากเทคโนโลยีในการผลิตไม่สามารถเป็นไปได้ก็ไม่สามารถผลิตสินค้าสนองความต้องการของตลาดได้

2.4.3 กระบวนการผลิต

ในการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งนั้นอาจใช้กระบวนการผลิตหลายกระบวนการ ดังนั้นการวิเคราะห์ทางเทคนิคจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องของกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อเลือกใช้กระบวนการผลิตให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยทั่วไปสามารถแยกกระบวนการผลิตออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

(1.) **กระบวนการผลิตแบบโครงการ (Project process)** เป็นกระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีขนาดใหญ่ และมีความยุ่งยากซับซ้อนซึ่งไม่สามารถผลิตได้โดยกระบวนการผลิตแบบธรรมดา

(2.) **กระบวนการผลิตตามคำสั่งซื้อ (Jobbing process)** เป็นกระบวนการผลิตที่เหมาะสำหรับคำสั่งซื้อของลูกค้าที่มีจำนวนน้อย สินค้าหรือบริการที่สั่งซื้อจะเป็นไปตามความต้องการของแต่ละบุคคลและมีปริมาณน้อย กระบวนการผลิตแบบนี้จะไม่มีความยุ่งยากซับซ้อนเหมือนกระบวนการผลิตแบบโครงการ

(3.) **กระบวนการผลิตแบบช่วงตอน (Batch process)** เป็นกระบวนการผลิตสินค้าที่มีลักษณะเหมือนๆ กัน จำนวนมากซึ่งมากกว่ากระบวนการผลิตแบบคำสั่งซื้อ กระบวนการผลิตจะมีการแบ่งเป็นขั้นตอนอย่างเหมาะสม ดังนั้นในแต่ละคำสั่งซื้อสินค้าจะถูกผลิตขึ้นตามขั้นตอนแรกของกระบวนการผลิตอย่างสมบูรณ์ แต่ละคำสั่งซื้อจะผลิตขึ้นอย่างสมบูรณ์ในแต่ละขั้นคอนของการผลิต

(4.)กระบวนการผลิตตามสายงาน (Line process) เป็นกระบวนการผลิตที่มีการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากซึ่งผลิตขึ้นเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะซึ่งอาจจะเป็นสินค้าชิ้นเดียวหรือสินค้าที่มีขนาดเล็ก กระบวนการผลิตแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะซ้ำๆ กัน ในตัวสินค้าหรือบริการ

(5.)กระบวนการผลิตแบบต่อเนื่อง (Continuos process) เป็นกระบวนการผลิตที่ใช้วัตถุดิบขั้นพื้นฐานชนิดเดียว หรือหลายๆ ชนิด ผ่านกระบวนการผลิตได้ผลผลิตออกมาชนิดเดียวหรือมากกว่าหนึ่งชนิด

2.4.4 การวางผังกระบวนการผลิต

การวางผังกระบวนการผลิต หมายถึง งานหรือแผนงานในการติดตั้งเครื่องจักร เครื่องมือและวัสดุต่างๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมในการทำงานที่จำเป็นในกระบวนการผลิตภายใต้ข้อจำกัดของโครงสร้างอาคารที่มีอยู่รวมทั้งการออกแบบอาคาร เครื่องจักรและเครื่องมือต่างๆ เพื่อทำให้การผลิตมีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพสูงสุด

การวางผังกระบวนการผลิตสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. การวางผังกระบวนการผลิตตามผลิตภัณฑ์ (Product layout) เป็นการจัดวางแผนผังของโรงงานตามความต้องการในการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยมีการจัดกลุ่มของเครื่องจักรเครื่องมือตามลำดับขั้นตอนการผลิตไว้ด้วยกัน

2. การวางผังกระบวนการผลิตตามกระบวนการผลิต (Process layout) เป็นการจัดวางผังของโรงงานโดยการจัดเครื่องจักรเครื่องมือ ต่าง ๆ แบ่งตามชนิดการทำงานของเครื่องจักร เครื่องมือ

3. การจัดวางแผนผังกระบวนการผลิตตามตำแหน่งงาน (Fixed-position layout)เป็นการวางแผนผังกระบวนการผลิตโดยจัดวางผลิตภัณฑ์ไว้อยู่กับที่โดยมีการเคลื่อนย้ายเครื่องจักร เครื่องมือ วัสดุและแรงงานเข้าไปหาผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตมีขนาดใหญ่การเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จึงไม่สะดวกและทำได้ยาก

2.4.5 กำลังการผลิต (Capacity)

กำลังการผลิต หมายถึง อัตราสูงสุดของผลผลิต หรือบริการที่ระบบการผลิตสามารถผลิตได้ในช่วงเวลาหนึ่งของการดำเนินงาน โดยวัดเป็นหน่วยผลผลิตต่อหน่วยเวลา เช่น โรงงานผลิตสบู่สามารถผลิตสบู่ได้ 500,000 ก้อน ต่อปี โรงงานประกอบสามารถประกอบรถยนต์ได้ 100,000 คัน ต่อปี การกำหนดกำลังการผลิตก็คือการที่กิจการสามารถผลิตสินค้าภายใต้ภาวะการณ์แกดิและระบบการผลิตที่กำหนดไว้ **กำลังการผลิตสูงสุดก็คือ กำลังการผลิตที่สามารผลิตสินค้าให้ได้มากที่สุด และสามารถใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด**

2.4.6 ทำเลที่ตั้ง

ในการจัดทำโครงการนั้นการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการนับว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากในการตัดสิตใจทางธุรกิจ

ทำเลที่ตั้งหมายถึง แหล่งที่จะทำธุรกิจสามารถประกอบกิจกรรมได้สะดวกที่สุดโดยคำนึงถึง กำไรค่าใช้จ่าย ความสามารถในการขนส่งและการจัดจำหน่าย การจัดหาวัตถุดิบ และสภาพแวดล้อมอื่นๆ ตลอดระยะเวลาที่ธุรกิจประกอบกิจกรรมนั้น

ทำเลที่ตั้งแต่ละแห่งจะมีค่าใช้จ่ายและการลงทุนที่แตกต่างกันไป ค่าที่ดินในกรุงเทพมหานครจะมีราคาสูงกว่าในต่างจังหวัด แรงงานในต่างจังหวัดมีอัตราค่าแรงต่ำกว่าในกรุงเทพ อุตสาหกรรมบางอย่างจำเป็นต้องอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบเพื่อความสะดวกในการขนส่งและการจัดจำหน่าย การจัดหาวัตถุดิบ และสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ตลอดระยะเวลาที่ธุรกิจประกอบกิจกรรมนั้น

ทำเลที่ตั้งแต่ละแห่งจะมีค่าใช้จ่ายและการลงทุนที่แตกต่างกันไป ค่าที่ดินในกรุงเพมหานครจะมีราคาสูงกว่าในต่างจังหวัด แรงงานในต่างจังหวัดมีอัตราค่าแรงต่ำกว่าในกรุงเทพอุตสาหกรรมบางอย่างจำเป็นต้องอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบเพื่อสะดวกในการขนส่ง เช่น โรงงานน้ำตาลต้องตั้งอยู่ในจังกวัดชลบุรี เพชรบุรี ราชบุรี และสุพรรณบุรี อุตสาหกรรมบางอย่างต้องตั้งอยู่ใกล้ตลาด เช่น โรงงานทอผ้ามักตั้งอยู่ในจังกวัดที่ใกล้กรุงเทพ เช่น จังหวัดปทุมธานี สมุทรปราการ และอยุธยา เป็นต้น

ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกทำเลที่ตั้ง

ในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการนั้นมีปัจจัยมากมายหลายประการที่จำเป็นจะต้องคำนึงถึงเพราะจะมีผลกระทบต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ ปัจจัยที่ธุรกิจจำเป็นต้องนำมาพิจารณาแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

- ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิต
- ปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม

2.5 การศึกษาด้านการบริหาร

การบริหารเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของโครงการ เนื่องจากการบริหารที่ดีจะช่วยทำให้โครงการประสบความสำเร็จ อันหมายถึง ความสำเร็จใน 3 ลักษณะได้แก่

- **โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ (Objective) ตามที่ต้องการ**
- **โครงการสำเร็จภายในระยะเวลา (Schedule) ที่กำหนดไว้**
- **โครงการสำเร็จภายใต้งบประมาณ (Budget) ที่จัดสรรไว้**

ในการศึกษาด้านการบริหารของโครงการโดยทั่วไปจะแบ่งเป็น 2 ระยะ ได้แก่

1. การบริหารในระยะก่อนดำเนินงาน (Pre-operation period)
2. การบริหารในระยะดำเนินงาน (Operating period)

2.5.1 การบริหารในระยะก่อนดำเนินงาน

การบริหารในระยะก่อนดำเนินงาน จะเริ่มตั้งแต่การริเริ่มให้มีโครงการจนถึงโครงการเริ่มดำเนินการผลิต งานที่อยู่ในขั้นตอนนี้ประกอบด้วย การเตรียมการในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ

- กิจกรรมย่อยในโครงการ (Project activities)
- การก่อสร้างโครงการ (Project construction)
- การกำหนดระยะเวลาการดำเนินการ (Scheduling)

กิจกรรมย่อยในโครงการ

ในขั้นตอนนี้ผู้วิเคราะห์ต้องทำการแจกแจงงานหรือกิจกรรมในโครงการออกเป็นส่วนย่อยๆ เพื่อจะได้ทราบว่ามีงานอะไรที่ต้องเตรียมทำบ้าง โดยในการแจกแจงงานหรือกิจกรรมย่อยดังกล่าวอาจแบ่งเป็นหมวดๆ ได้ดังนี้

กิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านการบริหารทั่วไป เช่น

- การเตรียมการศึกษาโครงการ
- การรวมกลุ่มผู้ริเริ่มโครงการ
- การเลือกหรือว่าจ้างผู้บริหารโครงการ
- การกำหนดบุคลากรที่ต้องการในโครงสร้างองค์กร
- การว่าจ้างบุคคลหรือบริษัทที่ปรึกษาทางวิศวกรรม
- การศึกษารูปแบบขององค์กรธุรกิจ

กิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านการตลาด เช่น

- การศึกษาระบบการตลาด
- นโยบายการกำหนดราคา
- การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย
- การส่งเสริมทางการตลาด

กิจกรรมเกี่ยวกับด้านเทคนิค เช่น

- **การกำหนดกำลังการผลิตที่เหมาะสม**
- **การเลือกสถานที่ตั้งโรงงาน**
- **การวางผังโรงงาน**
- **การเตรียมงานด้านการจดสิทธิบัตร**

- การเตรียมที่ดินเพื่อสร้างโรงงาน
- การกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของอาคารและสิ่งก่อสร้างอื่นๆ
- การกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของเครื่องจักรและอุปกรณ์
- การเตรียมการสั่งซื้อ
- การระบุแหล่งวัตถุดิบ
- การระบุรายละเอียดของวัตถุดิบที่ใช้

กิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านการลงทุน เช่น

- การกำหนดวงเงินที่ต้องการใช้ลงทุนในโครงการ
- การศึกษาเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน
- การยื่นขอกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์
- การศึกษาสิทธิพิเศษทางด้านภาษีอากร

การก่อสร้างโครงการ

การก่อสร้างโครงการ ผู้ประกอบการอาจดำเนินการก่อสร้างเองหรือว่าจ้างบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างก็ได้ ในการก่อสร้างผู้ควบคุมโครงการจะต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจมีผลให้การก่อสร้างล่าช้าหรือทำให้งบก่อสร้างบานปลายได้

การกำหนดระยะเวลาการดำเนินการ

ในการกำหนดระยะเวลาการดำเนินการของโครงการ นิยมใช้แผนภูมิของแกนท์ (Gantt Chart) มากำหนด ทั้งนี้เพราะแผนภูมิของแกนท์จะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมของโครงการกับช่วงเวลาที่จะทำกิจกรรมนั้น โดยมีการสร้างสัญลักษณ์ให้เห็นว่าแต่ละกิจกรรมมีจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดเมื่อใด แผนภูมิของแกนท์นี้นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงแผนงานที่ทำแล้วยังอาจนำไปใช้บอกความก้าวหน้าของงานในโครงการได้อีกด้วย

2.5.2 การบริหารในระยะดำเนินงาน

ในระยะดำเนินงาน ผู้ประกอบการควรทำการศึกษารายละเอียดในเรื่องต่อไปนี้

รูปแบบของหน่วยงานธุรกิจ

กิจการเจ้าของคนเดียว

กิจการเจ้าของคนเดียว หมายถึง ธุรกิจประกอบการโดยเจ้าของคนเดียวเป็นเจ้าของและรับ

ผิดชอบในงานทุกอย่างของกิจการ ไม่ว่าการกำหนดนโยบายของบริษัท การจ้างและเลิกจ้างพนักงาน การพิจารณาความดีความชอบของพนักงาน เจ้าของธุรกิจจะจ้างพนักงานเข้ามาช่วยงานแต่การตัดสินใจที่สำคัญยังขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการแต่ผู้เดียว ดังนั้นเจ้าของกิจการจึงต้องเข้าไปควบคุมการดำเนินงานอย่างใกล้ชิดเพราะต้องรับผิดชอบในหนี้สินที่เกิดขึ้น การดำเนินธุรกิจเข้าของคนเดียวสามารถทำได้ง่าย ไม่มีขั้นตอนยุ่งยาก ในการดำเนินการทางกฎหมายกระทำโดยไปขอจดทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท กระทรวงพาณิชย์และจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

ข้อได้เปรียบของกิจการเจ้าของคนเดียว

จากลักษณะการประกอบธุรกิจโดยเจ้าของคนเดียว สามารถสรุปเป็นข้อได้เปรียบ ดังนี้

- มีความสะดวกในการจัดตั้ง เมื่อบุคคลที่มีความประสงค์จะขอจัดตั้งธุรกิจขึ้นมาสามารถทำได้โดยการไปขอจดทะเบียนกับกรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ และแจ้งเสียภาษีอากรต่อกรมสรรพากร กระทรวงการคลัง ซึ่งไม่มีขั้นตอนยุ่งยากสามารถทำได้ง่าย

- มีความอิสระในการตัดสินใจ เนื่องจากการดำเนินงานทั้งหมดโดยบุคคลเดียวและเป็นเจ้าของกิจการไม่ต้องปรึกษาผู้ใด ทำให้การตัดสินใจทำได้อย่างรวดเร็ว เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงาน

- ข้อบังคับทางกฎหมายไม่เข้มงวด กิจการเจ้าของคนเดียวไม่ถูกควบคุมด้วยข้อบังคับของกฎหมายในการจัดตั้งหรือเลิกกิจการ เพราะไม่มีบทบัญญัติทางกฎหมายในเรื่องนี้

- เลิกกิจการได้ง่าย การเลิกกิจการเจ้าของคนเดียวสามารถกระทำได้ง่าย เจ้าของกิจการเพียงแต่ชำระหนี้สินแก่เจ้าหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมดและยกเลิกกิจการแก่นายทะเบียนพาณิชย์ และทะเบียนการค้ากระทรวงพาณิชย์ ก็สามารถเลิกกิจการได้

- มีข้อได้เปรียบทางด้านภาษี เพราะกฎหมายถือว่าเจ้าของเป็นบุคคลเดียวกับธุรกิจไม่ได้แยกออกจากกัน ดังนั้นในการเสียภาษีจึงเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ข้อเสียเปรียบของกิจการเจ้าของคนเดียว

การประกอบธุรกิจเจ้าของคนเดียว สามารถสรุปได้ดังนี้

- การรับผิดในหนี้สินไม่จำกัดจำนวน เนื่องจากกิจการเจ้าของคนเดียวซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวและเจ้าของเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับธุรกิจ ดังนั้นเจ้าของธุรกิจที่เกิดขึ้นทั้งหมดเจ้าของต้องรับผิดชอบในหนี้สินที่เกิดขึ้น อย่างไม่จำกัดจำนวน การรับผิดในหนี้ของกิจการไม่จำกัดเฉพาะสินทรัพย์ที่นำมาลงทุนในธุรกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสินทรัพย์ที่ยังไม่ได้นำมาลงทุนด้วย ซึ่งเป็นข้อเสียเปรียบของกิจการเจ้าของคนเดียวที่เด่นชัดที่สุด

- การบริหารงานขึ้นอยู่กับความสามารถและประสบการณ์เจ้าของคนเดียว ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของคนเดียวจะมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์เฉพาะด้าน เมื่อเจ้าของต้องทำหน้าที่เองทุกด้านทำให้ประสบปัญหาในบางเรื่องได้ ขาดการปรึกษาหารือทำให้ตัดสินใจผิดพลาดได้ง่าย

- โอกาสความก้าวหน้าของพนักงานมีจำกัด เพราะเจ้าของคนเดียวบริหารงานแบบรวมอำนาจ ตัดสินใจแต่เพียงผู้เดียว ทำให้พนักงานไม่มีโอกาสพัฒนาตนเองและเลื่อนตำแหน่งเป็นผู้บริหารได้ พนักงานขาดขวัญและกำลังใจในการทำงาน อาจทำให้พนักงานลาออกไปหาความก้าวหน้ามากกว่า

- การหาเงินทุนเพิ่มทำได้ยาก เนื่องจากการดำเนินงานขึ้นอยู่กับเจ้าของคนเดียว ดังนั้นการหาเงินทุนเพิ่มเติมจึงต้องนำมาจากทุนของเจ้าของกิจการเป็นส่วนใหญ่คือกำไรสะสม หรืออาจกู้ยืมจากสถาบันการเงินเท่านั้น ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการเจริญเติบโต

- อายุของกิจการมีจำกัด อายุของกิจการขึ้นอยู่กับตัวเจ้าของกิจการ หากเจ้าของกิจการเสียชีวิตลง หรือมีอันเป็นไปไม่สามารถประกอบกิจการได้ กิจการนั้นก็เป็นอันต้องล้มเลิกไป

2.5.3 รูปแบบการบริหารงานภายใน

สำหรับการจะเลือกรูปแบบโครงสร้างองค์การใดในการบริหารงานภายในของโครงการนั้นควรคำนึงไว้เสมอว่าโครงสร้างดังกล่าวจะต้องนำไปสู่การกำหนดวิธีการดำเนินงานที่เหมาะสมสำหรับแต่ละหน้าที่งาน ซึ่งหมายถึงการมอบหมายอำนาจ หน้าที่ และสำนึกรับผิดชอบในการทำงานในหน้าที่นั้นๆ ด้วย

2.5.4 บุคลากร

ในการศึกษาด้านบุคลากรของโครงการ ผู้ริเริ่มโครงการควรศึกษาในประเด็นต่อไปนี้

- จำนวนและคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องการ
- แหล่งที่มาของบุคลากร
- การจ่ายค่าตอบแทน

จำนวนและคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องการ

ในโครงการหนึ่งๆ จำเป็นต้องมีบุคลากรเข้ามารับผิดชอบงานในหน่วยงานต่างๆ ที่ได้มีการจัดโครงสร้างองค์กรไว้แล้ว โดยจำนวนบุคลากรตลอดจนคุณสมบัติที่ต้องการในแต่ละตำแหน่งงานนั้นๆ สามารถวิเคราะห์ได้จากปริมาณงานและความยากง่ายของงานในแต่ละหน่วยงานย่อย กล่าวคือ ถ้าปริมาณงานมาก จำนวนบุคลากรในหน่วยงานนั้นก็ควรจะมาก และถ้าเป็นงานที่ต้องอาศัยความรู้เฉพาะทาง เช่น งานในฝ่ายผลิต ก็จะทำให้ทราบว่าต้องรับบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคนิค หรือวิศวกร เป็นต้น อย่างไรก็ตามจำนวนบุคลากรในแต่ละหน่วยงานย่อยหรือโครงสร้างอัตรากำลัง ยังอาจขึ้นอยู่กับนโยบายในการบริหารและเทคโนโลยีการผลิตที่แตกต่างกันอีกด้วย

นอกจากโครงการจะต้องมีการระบุโครงสร้างอัตรากำลังในระดับพนักงานแล้ว ในระดับผู้บริหารโครงการก็ควรมีการระบุจำนวนและคุณสมบัติไว้ด้วย ทั้งนี้เพราะโครงการไม่ว่าขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ จะสามารถดำเนินงานลุล่วงไปด้วยดีหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคคลที่ได้ชื่อว่าผู้บริหารโครงการ เพราะผู้บริหารจะทำหน้าที่เป็นผู้นำในการดำเนินงานโครงการให้บรรลุถึงความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ตามกำหนดเวลาและภายใต้งบประมาณและจำนวนทรัพยากรที่ได้รับการจัดสรร

แหล่งที่มาของบุคลากร

แหล่งที่มาของบุคลากรทั้งในระดับผู้บริหารและพนักงาน อาจสรรหาได้จาก 2 แหล่งต่อไปนี้

- ภายในองค์กร โดยอาจจัดให้มีการปรับเปลี่ยนกำลังคนภายในองค์กรเอง เช่น การโยกย้ายปรับเปลี่ยนตำแหน่งงาน การเลื่อนตำแหน่งงาน การควบตำแหน่งงาน จากนั้นก็สรรหาบุคลากรภายในที่เหมาะสมมารับตำแหน่งในโครงการ

- ภายนอกองค์กร โดยปกติเมื่อมีการเริ่มตั้งโครงการ ก็จะมีการสรรหาบุคลากรโดยการประกาศรับสมัครบุคคลเข้าทำงาน ซึ่งจะระบุจำนวนและคุณสมบัติที่เหมาะสม จากนั้นก็นำมาบรรจุในตำแหน่งงานต่างๆ ในโครงการ

การจ่ายค่าตอบแทน

การจ่ายค่าตอบแทนนับเป็นกิจกรรมที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่อยู่ในความสนใจของบุคลากรมากกว่าอะไรทั้งหมด ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารโครงการจึงต้องเอาใจใส่ในเรื่องนี้ให้มาก งานสำคัญจะเริ่มตั้งแต่การพิจารณาอัตราค่าจ้าง เงินเดือน เงินค่าทำงานล่วงเวลา ค่าเดินทางและค่าที่พัก โดยดูจากอัตราค่าจ้างในตลาดแรงงานเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นค่าตอบแทนทางตรง นอกจากนี้ผู้บริหารโครงการยังต้องพิจารณาเกี่ยวกับค่าตอบแทนทางอ้อมอีกด้วย เป็นต้นว่า การจัดให้มีวันหยุดประจำปี การจัดสวัสดิการรักษาพยาบาล การจัดโบนัส การปันผลกำไร รถประจำตำแหน่งฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคลากรที่จะมาร่วมงานในโครงการให้ความสนใจไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าเรื่องค่าจ้างและเงินเดือน

2.6 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการเงิน เป็นการวิเคราะห์โครงการลงทุนทางด้านเอกชนเป็นสำคัญ เพราะการวิเคราะห์จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไร รวมถึงการวางแผนทางการเงินและการวางแผนกำไรเพื่อทำให้ผู้ประกอบธุรกิจเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตาม

โครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ เกิดขึ้นกับโครงการ การวิเคราะห์ทางด้านการเงินของโครงการจะประกอบด้วย

- การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน
- การประเมินค่าโครงการลงทุน
- การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

2.6.1 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ในการดำเนินโครงการเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้จำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนทางการเงิน การวางแผนทางการเงินก็คือการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเพื่อที่จะทำให้ทราบฐานะทางการเงินของโครงการว่ามีความสามารถในการชำระหนี้ได้ดีเพียงใด รวมถึงสมรรถภาพในการทำกำไรตลอดจนประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ได้ดีเพียงใด

2.6.2 การประเมินค่าโครงการลงทุน

หลังจากที่ได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทั้งในด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านบริหารแล้วเพื่อให้ได้ข้อมูลใช้เป็นพื้นฐานในการตัดสินใจว่าโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นมีความเป็นไปได้หรือมีลู่ทางน่าลงทุนเพียงใด ขั้นตอนต่อไปที่จะต้องดำเนินการก็คือการวิเคราะห์และประเมินค่าโครงการลงทุนเพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินลงทุนหรือไม่ หรือผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป ซึ่งวิธีการประเมินค่าโครงการลงทุนสามารถแบ่งออกเป็น 2 วิธีใหญ่ๆ คือ

- การประเมินค่าโครงการลงทุนที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา
- การประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา

การประเมินค่าโครงการลงทุนที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา

วิธีการประเมินค่าแบบนี้เป็นวิธีที่ง่าย โดยถือว่าเงินจำนวนที่เท่ากันในเวลาที่ต่างกันมีค่าเท่ากัน เช่น เงิน 100 บาท ในปีที่ 1 มีค่าเท่ากับ เงิน 100 บาท ในปีที่ 5 เป็นต้น ดังนั้น การคำนวณหากระแสเงินสดสุทธิจึงนำเงินในแต่ละปีมาบวกหรือลบกันได้เลย

การประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา

การประเมินค่าโครงการลงทุนวิธีนี้มีแนวความคิดว่าเงินในแต่ละปีถึงจะมีจำนวนเดียวกันก็จะมีมูลค่าไม่เท่ากัน นั่นก็คือ เงินมีค่าตามเวลา หรือเวลาเป็นปัจจัยที่มีค่าสำหรับค่าของเงิน (Time value of

money) ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันมานานแล้ว ถ้าต้องการที่จะได้รับเงินในอนาคตจำนวนเงินในอนาคตจะต้องมากขึ้นด้วยเท่ากับว่าเรานำเงินจำนวนนั้นไปลงทุนหาผลประโยชน์ ซึ่งอย่างน้อยควรจะได้รับผลตอบแทนจากอัตราดอกเบี้ยของหลักทรัพย์ที่ไม่มีความเสี่ยง (Risk free rate) ราคาหรือมูลค่าของเงินจะขึ้นอยู่กับอัตราดอกเบี้ยเป็นตัวกำหนด เช่น เงิน 100 บาท ในวันนี้ย่อมมีค่ามากกว่า 100 บาท ใน 1 ปี ข้างหน้า ถ้าต้องการให้รับเงิน 100 บาท ใน 1 ปี ข้างหน้าก็จะต้องรับเงินมากกว่า 100 บาท ซึ่งอาจจะเป็น 108.110 หรือ 112 บาท ซึ่งจะต้องพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนโดยทั่วไป

วิธีประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงค่าของเงินกับเวลาสามารถจำแนกได้เป็น 3 วิธี คือ

1. วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value หรือ NPV) หมายถึงผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปีตลอดอายุของโครงการ

NPV = มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ – มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย

NPV = B – C

จากสูตรดังกล่าวย่อมมีโอกาสเกิดเหตุการณ์ขึ้นได้ 3 กรณี คือ

(1) B – C = 0 แสดงว่าผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน หรือจุดคุ้มทุน กล่าวคือโครงการไม่มีกำไรไม่ขาดทุน

(2) B – C > 0 แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนโครงการมีกำไร

(3) B – C < 0 แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุนโครงการนั้นขาดทุน

2. วิธีอัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal rat of return หรือ IRR) เป็นการคำนวณหาอัตรส่วนลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุของโครงการเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุน

$$PV = \sum_{t=1}^{n} \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t}$$

โดยที่ PV = มูลค่าปัจจุบันหรือเงินสดจ่ายลงทุน

B_t = กระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุของโครงการ

C_t = กระแสเงินสดจ่ายแต่ละปีของโครงการ

r = อัตราผลตอบแทนของโครงการ

n = อายุของโครงการ

จากสูตร ย่อมทำให้มีโอกาสเกิดเหตุการณ์ได้ 3 กรณีคือ

(1) ถ้าค่าของ r ใดๆ มาแทนค่าในสูตรแล้วทำให้อัตราผลตอบแทนของโครงการ (r) มากกว่าค่าของทุน (Cost of capital) แสดงว่าโครงการมีกำไรสมควรลงทุน

(2) ถ้าค่า r ใดๆ มาแทนค่าแล้วทำให้อัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับค่าของทุน แสดงว่าโครงการนี้ไม่มีกำไร ไม่ขาดทุนคือ เสมอตัว

(3) ถ้าค่า r ใดๆ มาแทนค่าแล้วทำให้อัตราผลตอบแทนของโครงการน้อยกว่าค่าของทุนแสดงว่าโครงการนี้ขาดทุนไม่น่าลงทุน

3. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit/Cost ratio) หมายถึงอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน กับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการ ในทางธุรกิจเรียกอัตราส่วนนี้ว่าดัชนีการทำกำไร (Profitability index)

$$B/C \text{ ratio} = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน}}{\text{มูลค่าปัจจุบันของต้นทาง}} = B/C$$

จากสูตรนี้ย่อมมีโอกาสเกิดเหตุการณ์ได้ 3 กรณี คือ

(1) B/C = 1 แสดงว่า B=C หรือผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน แสดงว่าคุ้มทุน ธุรกิจดำเนินงานแล้วไม่มีกำไร ไม่ขาดทุน เช่น ลงทุน 1,000 บาท ได้ผลตอบแทน 1,000 บาทเท่ากัน

(2) B/C > 1 แสดงว่า B > C หรือผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน ธุรกิจจะมีกำไร เช่น ลงทุน 1,000 บาท ได้ผลตอบแทน 1,500 บาท ได้กำไร 500 บาท

(3) B/C < 1 แสดงว่า B < C หรือผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุน ธุรกิจจะประสบกับการขาดทุน เช่น ลงทุน 1,000 บาท ได้ผลตอบแทน 800 บาท ขาดทุน 200 บาท

สำหรับโครงการทั่วไปจะพิจารณาโครงการลงทุนเมื่อ B/C = 1 เป็นอย่างน้อย

2.6.3 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break – even analysis)

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นเทคนิคที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายคงที่ ค่าใช้จ่ายผันแปรได้และกำไร ถ้าค่าใช้จ่ายของธุรกิจเป็นค่าใช้จ่ายผันแปรได้ทั้งหมด ปัญหาเรื่องปริมาณคุ้มทุนคงไม่เกิดขึ้น แต่เนื่องจากธุรกิจมีค่าใช้จ่ายบางส่วนเป็นค่าใช้จ่ายผันแปรได้ และบางส่วนเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ ธุรกิจจะพบกับการขาดทุนจนกว่ายอดขายจะสูงถึงระดับหนึ่ง

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นวิธีการหนึ่งของรูปแบบของการวางแผนกำไร โดยอาศัยหลักเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนและรายได้ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นเครื่องมือสำหรับกำหนดจุดที่

ยอดขายหรือรายได้จะคุ้มกับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายทั้งหมดพอดี ถ้าธุรกิจต้องการหลีกเลี่ยงการขาดทุน ยอดขายของธุรกิจจะต้องคุ้มกับค่าใช้จ่ายทั้งหมด

2.6.4 ประโยชน์ของการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

จากการศึกษาการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน สามารถนำไปใช้ประโยชน์กับการตัดสินใจที่สำคัญของธุรกิจ ซึ่งพอสรุปได้ 3 ประการ คือ

1. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารในกรณีที่ผู้บริหารต้องหาผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่จำหน่าย การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนจะบอกให้ทราบว่าธุรกิจจะต้องขายสินค้ากี่หน่วยจึงเริ่มมีกำไร

2. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนจะช่วยในการกำหนดราคาสินค้า การวางแผนกำไร และการควบคุมค่าใช้จ่าย หรือต้นทุนของกิจการ

3. ช่วยในการบริหารสินทรัพย์ถาวรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนจะบอกให้ทราบว่าการใช้สินทรัพย์ถาวร เช่น เครื่องจักรและอุปกรณ์ใช้เต็มประสิทธิภาพหรือไม่ หากมีการใช้สินทรัพย์ถาวรไม่เต็มประสิทธิภาพจะมีผลทำให้ต้นทุนสูงขึ้น

2.6.5 ข้อจำกัดของการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนถึงแม้ว่าจะมีประโยชน์ดังได้กล่าวมาแล้ว แต่มีข้อจำกัดบางประการที่ผู้ใช้จำเป็นต้องทราบ ดังนี้

1. ราคาขายต่อหน่วยของสินค้าจะคงที่เสมอ ไม่ว่าจะผลิตมากหรือน้อยก็ตาม ซึ่งในทางปฏิบัติราคาขายต่อหน่วยจะไม่คงที่ เพราะถ้าผู้ซื้อสินค้าจำนวนมาก ผู้ขายก็จะลดราคาสินค้าให้เพื่อจูงใจลูกค้า

2. ต้นทุนแปรผันได้มีค่าคงที่ตลอดไม่ว่าจะผลิตมากหรือน้อย ซึ่งในทางปฏิบัติจะไม่เป็นจริงเพราะ ถ้าธุรกิจมียอดขายสูงขึ้นก็จะต้องผลิตสินค้ามากขึ้นเต็มกำลังการผลิต ต้องจ้างคนงานและจ่ายค่าช่วงเวลาเพิ่มขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายผันแปรสูงขึ้น

3. ต้นทุนคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการขายจะคงที่จนถึงปริมาณการขายระดับหนึ่งเท่านั้น เมื่อเกินระดับนี้แล้วก็จะเพิ่มขึ้น